N° 2044. 5 JUILLET 1985 CINEMA de FRANCE 23 FRANCS

ENCART FESTIVALS 2e SEMESTRE

ISSN 0181 - 3528

le film français

l'hebdomadaire des professionnels du cinéma

Parafrance : rien n'est fait... Prix des places : +2 %... Le Crédit Lyonnais Bank Nederland sur le marché français ?... Besnehard entre chez Artmédia... Dossier FM et Cinéma...

NOUVEAU SYNDICAT DE LA VIDÉO

Neuf sociétés d'édition et de distribution de vidéogrammes — pour la plupart liées à des entreprises de cinéma — ont décidé la création d'un nouveau syndicat professionnel qui a pris le nom de Chambre Syndicale de l'Edition Audiovisuelle.

Les membres fondateurs de cette nouvelle Chambre Syndicale — CIC 3 M France Vidéo, Parafrance Vidéo, UGC Vidéo, CBS-Fox Vidéo, Gaumont RCA Columbia, Amlf Vidéo, RCV et La Guéville Vidéo — précisent, dans un communiqué que l'action syndicale, en particulier auprès de l'administration s'effectuera « à travers un comité de liaison permanent vidéo-cinéma regroupant le BLIC et la Chambre Syndicale ». Le syndicat annonce par ailleurs qu'un certain nombre de sociétés, « parmi lesquelles des sociétés Majors américaines », ont fait part de leur intention de rejoindre les membres fondateurs.

La Chambre syndicale de l'Edition Audiovisuelle s'est fixée, « dans le respect des lois et réglementations en vigueur » deux missions prioritaires : « la lutte contre la piraterie, en liaison étroite avec l'administration et la Fédération Nationale des Distributeurs de Films et la baisse des taxes qui pèsent actuellement sur la profession (TVA et redevance magnétoscope).

Les sociétés membres fondateurs ont procédé à l'élection d'un comité de direction (MM. Paternot, Schmidt, Hamon et Balan) présidé par Peby Guizes. La gestion courante du syndicat sera assurée par un délégué général, Didier Goeusse. La création de cette Chambre syndicale est accueillie avec satisfaction par la profession cinématographique qui y voit enfin la possibilité d'entamer un dialogue constructif avec le monde de la vidéo.



M 1708 - 2044 - 23 F

SPÉCIAL
FESTIVAL 85
DEUXIÈME SEMESTRE

EN TÊTE CETTE SEMAINE

(Première exclusivité Paris/Périphérie du 26 juin au 2 juillet 1985)

1. LA FORET D'EMERAUDE (1re s) 32 salles	145 878
2. GROS DEGUEULASSE (1re s) 39 salles	82 308
3. LA ROSE POURPRE DU CAIRE (5e s) 32 salles	58 732
4. LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE (1re s) 22 salles	58 495
5. WITNESS (6e s) 35 salles	52 924
6. MOONRAKER (1re s) (rep.) 24 salles	35 579
7. PORTÉS DISPARUS (3e s) 29 salles	31 986
8. Y'A T'IL UN PILOTE DS L'AVION ? (1re s) (rep.) 21 salles	31 215
9. ESCALIER C (4e s) 18 salles	25 242
10. LES JOURS ET LES NUITS DE CHINA BLUE (2e s) 17 salles	23 167
11. 48 HEURES (2e s) (rep.) 17 salles	20 680
12. LA CAGE AUX FOLLES (3e s) (rep.) 20 salles	19 989
13. LE BAL DES VAMPIRES (1re s) (rep.) 13 salles	16 292
14. BIRDY (7e s) 10 salles	15 168
15. MASK (5e s) 13 salles	13 830

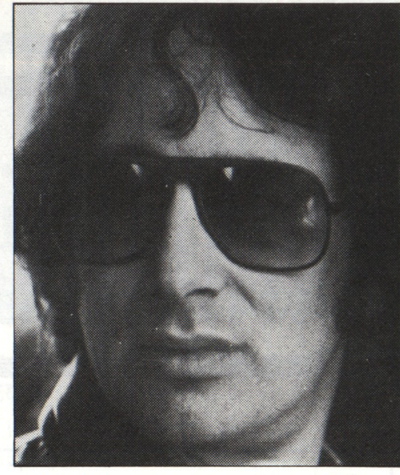
883 377 entrées, soit 8 % de plus que la semaine passée, mais surtout 13 % de plus que la semaine correspondante de 84. Très joli lundi à 163.290 entrées. Pour cette période fin juin-début juillet c'est le plus beau résultat hebdomadaire enregistré depuis la semaine équivalente de 1981. Pour l'exploitation à Paris c'est l'embellie puisque voici 4 semaines que les résultats sont régulièrement en hausse sur ceux de l'année passée. Pour l'instant ni les départs ni le beau temps n'ont inversé cette tendance. Aventures et dépaysement sont au rendez-vous de l'été et *La forêt d'émeraude* de John Boorman réussit un exploit pour sa sortie dans 32 salles avec 145.878 entrées, le plus beau résultat jamais obtenu en cette période de l'année ! Loin derrière le leader *Le Gros dégueulasse*, adapté de la B.D. de Reiser, ne se défend pas trop mal avec 82 308 entrées en 39 salles. *La rose pourpre du Caire* est toujours en fleur et cumule près de 415 000 entrées en 5 semaines. *Les anges se fendent la gueule* (et grâce à l'affiche ne nous laissent plus aucun doute sur la nature de leur sexe...) de Jamie Uys fait un score honorable avec plus de 58 000 entrées dans 22 salles, le réalisateur des *Dieux sont tombés sur la tête* fait toujours recette. C'est le temps des reprises, qui font encore les beaux jours de l'exploitation puisque l'on en compte pas moins de 5 dans ce B.O des meilleurs films de la semaine. Cumul 1985 sur 26 semaines : 23 349 850 entrées contre 24 251 882 en 84 (– 3,7 %).

RÉSULTATS 1er JOUR 3 JUILLET 1985

CRAZY DAY (Visa) 10 salles	688
LA CROISEE DES DESTINS (CFC) 2 salles (rep.)	391
ET POUR QUEL. DOLLARS DE PLUS (Cic) 17 salles (rep.)	1951
SANG POUR SANG (Parafrance) 16 salles	2154
SPECIAL POLICE (Ugc) 39 salles	15054
STARMAN (WarCol) 32 salles	7195
LES VALSEUSES (Amlf) 17 salles (rep.)	1523

SOMMAIRE

REPÉRAGES



● Après presque deux ans de silence **Steven Spielberg** va reprendre les chemins des studios et commencer en juillet prochain son 9e film « The Color Purple ». Produit par **Kathleen Kennedy, Frank Marshall** et **Quincy Jones**, le film sera interprété pour les principaux rôles par **Margaret Avery, Willard Pugh, Oprah Winfrey**, et **Akosua Busia**. Son tournage est prévu durant tout l'été à travers les Etats-Unis. Distribué par la **Warner Bros** « The color purple » racontera l'histoire de deux sœurs vivant au début du siècle dans le Sud des Etats-Unis ; la plus âgée deviendra missionnaire en Afrique, l'autre restera au pays et se mariera avec un homme qu'elle méprisera toute sa vie... Il semblerait bien que mister **Spielberg** ait changé son fusil d'épaule. A moins que... ● Début de tournage vers la fin août du nouveau film de **Costa Gavras** intitulé « Conseil de famille ». Adapté de l'œuvre de **Francis Ryck** le film sera interprété par **Johnny Hallyday** et **Fanny Ardant**. Tournage prévu à Paris et sa région durant 11 semaines... ● **Jean Rochefort** et **Virni Lisi** seront les vedettes du prochain film de **Gianfranco Angelluci**, « l'Acteur ». Le film dont le tournage commencera cet été est une adaptation du livre du même nom de **Mario Soldati**... ● A peine achevé le mixage de « La Baston » (sortie Paris le 7 août prochain), qu'on annonce pour mai 86 le tournage du quatrième film de **Jean-Claude Missiaen :** « Banlieue Blues ». Tout comme « La Baston », le film sera produit par **Denise Petitdidier** et distribué très vraisemblablement par AAA. **Robin Renucci** (« Escalier C », « La Baston ») y tiendra le principal rôle masculin. Scénario original et dialogues de **Jacques Labib** et **Jean-Claude Missiaen**... ● **Rudolf Thome** (« Berlin Chamisso Platz », « Système sans ombre ») tourne actuellement en Bavière « Tarot », une adaptation des « Affinités électives » de Goethe. Produit par Moana film, « Le Film » est interprété par **Rudiger Vogler** et **Hanns Zischler**, le célèbre tandem de « Au Fil du temps » de **Wim Wenders**... ● A partir du 10 juillet prochain « L'Action rive gauche » présente dans ses deux salles, une rétrospective **Clint Eastwood** acteur/auteur composée d'un « shérif à New York/L'Homme des hautes plaines/Un frisson dans la nuit/L'évadé d'Alcatraz/Joe Kidd/La sanction/L'Inspecteur Harry Magnum Force/Josey Wales, Hors la loi/L'Inspecteur ne renonce jamais l'épreuve de force/Bronco Billy/Firefox, L'Arme absolue/Honky Tonk Man Sudden impact/La Corde raide. Tous ces films passeront en V.O. s/s titrée français of course... ● **Michel Boujut, Anne Andreu** et **Claude Ventura** sont ravis. Leur émission « Cinéma, cinémas » passera désormais le 3e mardi du mois à l'issue d'un grand film cinéma. Cet été, l'équipe de « Cinéma, cinémas » s'envolera pour Hollywood où, durant plusieurs semaines, ils vont nous concocter quelques émissions « hors série » pour la rentrée dont un entretien exclusif avec **Gene Tierney**. Vivement septembre !... ● L'équipe de Cinématographe consacre son numéro de juillet au « Cinéma Beur ». A travers divers interview (**Medi Charef, Mamouhd Zemouri, Abdel Krim Bahloul, Souad Amidou** etc...) tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le cinéma maghrébin sans jamais avoir osé le demander... Dans tous les kiosques et les bonnes librairies à partir du 5 juillet... Bonne lecture et bonnes vacances...

UNE SEMAINE DE CINEMA

N° 2044 - 5 JUILLET 1985

ROGER HATCHUELL (MÉDIAVISION) : « PARAFRANCE, RIEN N'EST FAIT »

La course de vitesse que nous évoquions dans nos éditions du 21 et du 28 juin dernier se poursuit pour trouver une solution aux problèmes de Parafrance. Roger Hatchuell président directeur général de Médiavision explique dans une interview exclusive au *Film français* à quelles conditions la régie serait prête à prendre, temporairement, une participation majoritaire dans Parafrance : implication de la profession, accord des trois circuits, engagements financiers clairs de la part de tous les actionnaires actuels, renégociation de la vente du circuit Gautreau et accord sur la réduction des effectifs. Et il précise : «Médiavision n'a aucune volonté expansionniste, et ne fait le jeu de personne. Médiavision ne sera pas le « repreneur » de Parafrance, seulement un catalyseur pour permettre à cette société de sortir de la crise ». Rappellons que le capital de Médiavision se partage également entre Havas, Publicis, Pathé et Jean Mineur.

Film français : Quelles sont les raisons qui vous amènent à vouloir intervenir pour trouver une solution aux problèmes de Parafrance ?

RÉGISSEUR ACTIF

Roger Hatchuell : Médiavision est régisseur de publicité cinéma. Parafrance est notre troisième client. A ce titre Médiavision ne peut rester indifférent aux problèmes de Parafrance, de la même manière que Médiavision ne reste pas indifférent à tout problème de l'exploitation. Le support cinéma en publicité est un petit support et tout bouleversement du côté de l'exploitation peut avoir des conséquences sur l'intérêt des annonceurs. Médiavision a traditionnellement été un régisseur actif auprès de l'exploitation. C'est ainsi que par des aides financières à l'exploitation — en plus des redevances normales — Médiavision a contribué à la modernisation du parc de salles français. C'est dans le même esprit que, il y a six mois maintenant, conscient des problèmes de Parafrance, Médiavision a essayé de contribuer à la solution de ce problème.

Film Français : Pourtant, vous posez aujourd'hui une série de conditions à votre intervention ?

PARTICIPATION DE 51 %

Roger Hatchuell : Médiavision a essayé de mettre au point avec les actionnaires actuels de Parafrance un plan qui permettrait d'éviter les solutions extrêmes pour cette société. Il a toujours été clair que pour que ce plan soit finalement appliqué un certain nombre de conditions devaient être réunies au premier rang desquelles l'appui des pouvoirs publics et de la profession. En effet, il n'est pas dans la vocation de Médiavision d'être un exploitant de cinéma et si le plan imaginé envisage une participation de Médiavision à hauteur de 51 %, ceci ne peut être que temporaire, afin d'assurer un leadership clair pour exécuter ce plan. Ceci suppose donc l'appui de la Fédération de l'Exploitation et des trois autres grands circuits français. Sans cet appui, il est clair que Médiavision ne pourra participer à cette opération. Etant donné la lourdeur de l'investissement envisagé, il est également clair que, comme nous l'avons toujours précisé à l'ensemble des actionnaires actuels et des créanciers de Parafrance et lorsque les conditions d'acceptabilité du plan seront enfin réunies — ce qui n'est pas encore le cas —, le Conseil d'Administration de Médiavision sera régulièrement convoqué pour délibérer et éventuellement approuver les recommandations de la direction générale de la société.

J'ajouterai, pour conclure, que nous pensons que ce dossier de Parafrance a été traité avec une grande lenteur et que nous avons toujours dit à nos interlocuteurs que le Conseil d'Administration de Médiavision ne pouvait pas être brusqué dans ses réflexions pour rattraper une partie de ces lenteurs ».

Propos recueillis par Pierre Rival

LA CINÉMATHÈQUE VA FÊTER SON CINQUANTENAIRE

« Le ménage est fait : tout ce qui devait être nettoyé a été nettoyé » réplique Costa Gavras. Le rapport de la Cour des Comptes sur les activités de la Cinémathèque française portant sur les exercices 1980, 81, 82 et 83 a pourtant pris les dirigeants de la Cinémathèque à contre-pied. En effet, dés l'automme 1983 le Conseil d'Administration de la Cinémathèque avait entrepris de réorganiser l'association en profondeur et les résultats d'une gestion rigoureuse commençaient à se faire pleinement sentir (voir *Film Français* du 31 mai 1985). La campagne de presse et de télévision qui a suivi la publication du rapport a été l'occasion de voir resortir quelques vieux serpents de mer : les 5000 chaises fabriquées spécialement pour la projection du *Napoléon* d'Abel Gance pour deux millions de francs (et qui viennent, précise-t-on à la Cinémathèque, d'être vendues pour 70 % de leur prix d'achat), deux vols de 1000 et 3000 francs (en dix ans de fonctionnement), des reports de frais de mission…


Costa Gavras

En somme pas de quoi fouetter un chat ! La mise en cause par la Cour des Comptes du traitement alloué par la Cinémathèque à Mary Meerson (traitement relativement modeste faut-il le rappeller) a par contre suscité une levée de boucliers au sein de la profession et motivé la publication d'un communiqué du ministre de la Culture, Jack Lang. La compagne de Henri Langlois, la cofondatrice de la Cinémathèque française, méritait meilleur hommage, a 80 ans passés, que cette mise en cause mesquine d'énarques tatillons !

Costa Gavras, au cours d'une conférence de presse qui s'est tenue le 3 juillet dernier, a dévoilé les grandes lignes du programme de la Cinémathèque dans les mois à venir et notamment les actions envisagées pour l'année du cinquantenaire. C'est en effet en 1936 que Henri Langlois a déposé les statuts de l'association et que Mme Dornès, alors secrétaire général du gouvernement a obtenu la première subvention. Après un grand spectacle d'ouverture, probablement télévisé, en janvier, la Cinémathèque organisera tout au long de 1986 une série de manifestations de prestige : un festival des grandes restaurations du monde entier, un programme d'échange avec les archives internationales (Moma de New-York, UCLA de Los Angeles, BFI de Londres, éventuellement Cinémathèque de Moscou). Ces manifestations seront relayées en province grâce à la collaboration de certains festivals, notamment ceux de Nantes, de la Rochelle, de Quimper, de Valence, etc… Deux grandes expositions, l'édition des œuvres complètes de Henri Langlois, la production d'un film de sensibilisation du public au problème du patrimoine cinématographique ponctueront aussi le déroulement de ce cinquantenaire.

QUATRE CHEF D'OEUVRE DU MUET

Pour la fin de l'année 1985, Costra Gavras a annoncé l'ouverture à Saint-Cyr d'un nouveau bâtiment d'une capacité de 60 000 boîtes Safety. Dans le domaine de la restauration la Cinémathèque annonce le sauvetage de quatre grands films : *Casanova* de Volkoff (1920) dont la première aura lieu en octobre à Los Angeles à la demande des américains, les neuf heures du *Vampyr* de Feuillade, reconstituées dans leur version teintée et qui seront présentées au cours d'une nuit organisée avec Gaumont, et enfin, dans le cadre de l'année Victor Hugo, les six heures des *Misérables* de Fescaut et le *93* de Cappelani, deux chef d'œuvre du muet. Par ailleurs la Cinémathèque présentera lors du Festival d'Avignon un spectacle de lanternes magiques du XVIIIe et XIXe, à partir du duplicata de 2000 plaques récemment restaurées. En ce qui concerne la programmation, quatre séries importantes sont prévues d'ici le début 1986 : une rétrospective de 190 films majeurs du cinéma suédois, un hommage à Warner, un regard sur le cinéma français des années 70 et enfin, début 86, un hommage à Gaumont.

P.R

EN BREF… EN BREF… EN BREF…

• **André Harris qui occupait jusqu'à présent** le poste de directeur général de France Media International vient d'être nommé PDG de cette société responsable de la commercialisation des émissions et des programmes produits par les sociétés de programmes. Cette nomination intervient à la suite du départ de Philippe Rossignol atteint par l'âge de la retraite.

LE CRÉDIT LYONNAIS BANK NEDERLAND POURRAIT ENTRER SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Le succès aux Etats-Unis de *Rambo II* (plus de 100 millions de dollars de gross en cinq semaines), film entièrement financé grâce aux à-valoir consentis par le Crédit Lyonnais Bank Nederland, met en lumière les activités d'une banque — filiale d'une grande banque nationalisée française — qui peut être aujourd'hui considérée comme l'une des toutes premières banques du cinéma indépendant dans le monde.

Filiale à 90,8 % du Crédit Lyonnais (à la suite d'une OPA sur 50 % du capital de la banque Slavenburg en 1981) le Crédit Lyonnais Bank Nederland est la quatrième banque hollandaise en importance : un bilan de 15 milliards de Florins en 1984, 80 points de ventes au Pays-Bas, des agences en Grande-Bretagne, des filiales en Belgique, en RFA, aux Etats-Unis et à Curaçao dans les Antilles Néerlandaises, le Crédit Lyonnais Bank Nederland est une banque générale de nationalité hollandaise. Pourtant, comme le reconnaît George Vigon, Chairman of the Board, le cinéma constitue une des activités principales de la banque, une activité que le Crédit Lyonnais a trouvée toute développée à l'intérieur de la banque quand elle en a pris le contrôle et dont elle appuie désormais le développement.

CANNON ET DINO DE LAURENTIIS

Preuve de l'importance de cette activité — dont on se refuse pourtant à indiquer au Crédit Lyonnais Bank Nederland le chiffre d'affaires — : la création le 1er janvier dernier d'une division Entertainment Business directement suivie par le directoire de la banque. Frans J. Afman, le responsable de la division Entertainment Business, a fait entrer le premier client cinéma en 1972 dans le cadre des activités internationales de la banque Slavenburg : il s'agissait de Dino de Laurentiis, alors en plein développement sur le marché américain. La Slavenburg va alors financer la production américaine de Dino de Laurentiis avec des films comme *Serpico, Les trois jours de Condor, King Kong,* etc... Parallèlement, à partir de 1976, la banque Slavenburg va appuyer le développement de deux distributeurs israéliens, Menahem Golan et Yoram Globus, et de leur société Noah Films. La collaboration va s'intensifier avec la prise de contrôle de Cannon par Menahem Golan et Yoram Globus en 1979 et aujourd'hui le Crédit Lyonnais Bank Nederland peut être considéré comme le principal banquier de Cannon pour ce qui est de la production et des deux circuits de salles aux Pays-Bas. La banque suit aussi Cannon dans son activité d'achat et d'exploitation de circuits — Italie, Grande-Bretagne et RFA — et de distribution en Europe. Autre client important du Crédit Lyonnais Bank Nederland : Alexander Salkind, dont la banque a financé tous les *Superman* ainsi que *Santa Claus.* Ainsi c'est sous l'égide de la banque que s'est conclu le récent accord entre Cannon et Salkind pour la production par Cannon de *Superman IV.* Parmi les films récents dont le financement est assuré par le Crédit Lyonnais Bank Nederland il faut noter *Terminator* (Hemdale) *Roman Polanski's Pirates* (Tarak Ben Ammar), *Rambo II* (Carolco), *Dune* et *Taïpan* (Dino de Laurentiis). Par ailleurs le Crédit Lyonnais Bank Nederland fait partie, avec la First Bank of Boston et la Chemical Bank of New-York, du groupe de tête du pool de huit banques qui a consenti à Thorn Emi Screen Entertainment une ligne de crédit de 175 millions de dollars pour l'acquisition de films produits par les indépendants.

D'une manière générale, le Crédit Lyonnais Bank Nederland, préfère cependant travailler film par film car comme l'explique Michel Canny, membre du Board de la banque : « Nous ne faisons pas du bilance sheet financing (financement de bilan) mais du project financing (financement de projet) ». En 12 ans, le Crédit Lyonnais Bank Nederland s'est ainsi hissé au tout premier rang des banques qui financent la production indépendante américaine, aux côtés de la Chemical Bank et de la First Bank of Boston et, dans une moindre mesure, de la Euro American Bank, de la Security Pacific et de la Banker Trust. Ses atouts : une bonne connaissance des marchés et des signatures à l'étranger (hors USA) qui lui permettent de réagir avec rapidité. La plus grande activité de la banque consiste en effet à escompter les contrats de distribution, aussi bien theatrical, que TV, câble et vidéo et même non theatrical de chaque film qu'il s'agit de financer. Pour se faire, la banque se fait assigner les droits du film dès le démarrage de la production ce qui implique une domiciliation des recettes au Crédit Lyonnais Bank Nederland. A partir de cette activité de base, la banque peut offrir, compte tenu de sa désormais longue expérience du milieu cinématographique international, des services à ses clients aussi bien dans le domaine légal que en ce qui concerne la négociation des contrats proprement dit, la possibilité d'inclure d'éventuels tax-shelters etc...

DIMENSION INTERNATIONALE

Jusqu'à présent, le Crédit Lyonnais Bank Nederland était absent du marché français. « Un des problèmes de la France » souligne George Vigon, « c'est que les salles constituent la seule base de financement, ce qui n'est pas suffisant pour produire des films qui aient une vraie dimension internationale ». Pourtant, fort de son expérience internationale et conscient des possibilités qu'ouvre la loi nouvelle sur les tax-shelters, le Crédit Lyonnais Bank Nederland, pourrait devenir dans les mois qui viennent un partenaire important de la production française. A condition bien sûr que celle-ci accepte de s'internationaliser...

Pierre Rival

DROIT D'AUTEUR : 1er JANVIER 86

La loi sur le droit d'auteur, adoptée définitivement pendant le week-end du 29 et 30 juin dernier par l'Assemblée Nationale, entrera en vigueur le 1er janvier 1986 seulement.

Ainsi en ont décidé les députés après avoir entériné l'accord intervenu entre l'Assemblée Nationale et le Sénat en commission mixte paritaire. Les communistes et l'UDF se sont abstenus. Le RPR et le PS ont voté pour.

ACCORD SÉNAT-ASSEMBLÉE

Pour les droits voisins des droits d'auteur — le point le plus débattu entre producteurs et syndicat des acteurs — l'accord s'est fait pour considérer la signature d'un contrat comme valant autorisation de fixer, de reproduire et de communiquer les prestations de l'artiste-interprète. En revanche, les artistes-interprètes ont obtenu que soit reconnu le caractère salarial de toutes les rémunérations des artistes-interprètes. Reste à connaître le montant de ces rémunérations, montant qui sera fixé par voie de convention collective ou à défaut, par voie d'accord spécifique.

Par ailleurs, en ce qui concerne l'assiette de perception des droits d'auteur, députés et sénateurs sont tombés d'accord pour retenir comme base « le prix payé par le public compte tenu des tarifs dégressifs consentis à l'exploitant par le distributeur ».

D'une manière générale on se montre satisfait tant chez les producteurs que chez les agents, les auteurs et les comédiens d'un texte de loi balancé et qui représente un net progrès sur la situation antérieure.

RFA : CANNON PREND LE CONTRÔLE DU CIRCUIT EWERT

Le groupe Cannon vient de prendre le contrôle des 19 salles du circuit Ewert, Manfred Ewert, conservant ses responsabilité à la tête de la chaîne. Le groupe Cannon qui possède déjà 50 % du capital de la société de distribution allemande Scotia Cannon envisage de créer un circuit de 150 écrans dans les villes de plus de 200 000 habitants.

Rappelons que Cannon contrôle déjà des circuits de salles en Grande-Bretagne, en Italie et aux Pays-Bas.

« JOURNÉES DU CONSERVATOIRE » : LES VISAGES DE DEMAIN

Les « Journées du Conservatoire » qui viennent de se dérouler les 17, 18 et 19 juin ont permis de découvrir une nouvelle génération d'acteurs parmi lesquels, sans doute, qui sait, les stars de demain. En effet, durant ces trois jours, dont l'enjeu - pour eux - est capital, les élèves de 2e et 3e année ont joué leur avenir à pile ou face, à travers une ou deux scènes de dix minutes, devant le public, le plus difficile peut-être, mais aussi le plus indulgent : celui des professionnels du théâtre et du cinéma. Des réalisateurs : Michel Drach, Laurent Heyneman, Caroline Huppert, Alain Cavalier, des agents : Catherine Davray pour Artmédia, Anne Alvarès-Correa, Monita Derrieux, Martine Lapertot, Sandra Coutière, Myriam Bru, des directeurs et metteurs en scène de théâtre : Daniel Darès (Théâtre Antoine), Planchon, André Engel, Gildas Bourdet, des acteurs, anciens du Conservatoire, venus humer l'air de leurs débuts : Francis Huster, Robin Renucci, et les directeurs de casting fidèles au poste : Margot Capelier, Dominique Besnehard, et Shula Siegfried à qui *Le film français* a demandé quels étaient ses « coups de cœur ». Un choix entièrement subjectif bien sûr mais qui s'appuie sur une longue expérience professionnelle.


Isabelle Gélinas

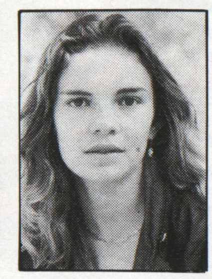

Philippe Demarle


Marie Matheron


Clotilde Debayser


Daniel Rialet


Dominique Hubin


Sophie de la Rochefoucauld


Laurence Masliah

« Ils ont entre 18 et 25 ans, viennent d'horizons divers et caressent le même rêve : devenir comédiens... Qui sait ? peut-être des vedettes. Ils ont préparé avec la même fièvre et avec le même trac, ces Journée du Conservatoire, misant leur avenir sur ses quelques minutes sur scène. Ce trac partagé par leurs professeurs qui ont investi en eux bien plus qu'ils ne le laissent paraître (Daniel Mesguich, Michel Bouquet, Francis Girod). Mais pour beaucoup d'espérance, il y a peu d'appelés... Et combien d'élus ? Je ne sais plus qui a dit que pour faire ce métier, il fallait 50 % de talent, 50 % de physique... et 100 % de chance ! Alors M.... (ces cinq lettres porte-bonheur dans le jargon du « métier ») à ceux pour qui j'ai eu un coup de cœur (j'en demande pardon aux autres).

Retenez leur noms. Regardez-les bien. Certains seront peut-être les vedettes de demain.

Isabelle Gelinas - 3e année/Mesguich - (agent : Artmédia), vient d'être choisie par Francis Huster pour être sa « Chimène » dans *Le Cid* qu'il va monter au Théâtre du Rond Point.

Dominique Hubin - 3e année/Regy - (agent : Myriam Bru), vient de jouer *Les soldats*, mis en scène par Claude Régy.

Laurence Masliah - 3e année/Boutté - (agent : Jean-Luc Darier), était la Célimène du *Misanthrope* de Engel. Elle vient de tourner pour la télévision avec Jeanne Labrune.

Marie Armelle Deguy - 3e année/Boutté - (n'a pas d'agent), remarquable de présence dans le *Misanthrope*. Elle vient d'être engagée au Français.

Marie Matheron - 2e année/Mesguich - (n'a pas encore d'agent, mais Danielle Peccou s'intéresse à elle).

Sylvie Laporte - 3e année/Mesguich -(agent : Suzy Vatinet), elle accumule les talents : comédienne, pianiste, mime danseuse. Elle passe avec la même virtuosité du rire aux larmes, de la comédia dell arte à la tragédie.

Clotilde Debayser (agent : Artmédia), - 2e année/Mesguich -. A joué cette saison dans *Roméo et Juliette* monté par Mesguich.

Sophie de la Rochefoucauld - 1re année - (agent : Danielle Peccoux). Si elle a un nom célèbre, elle ne tardera pas à se faire un prénom. Elle était la petite paysanne de *L'an 1000* à la télévision.

Marie-Florence Brunet - 3e année/Boutté - (agent : Georges Lambert), va faire une tournée classique cet été aux côtés de Francis Perrin. Elle a (et va) retourner avec Jeanne Labrune.

Liz Schlegel - 3e année/Mesguich - (n'a pas encore d'agent). Brune brûlante au tempérament de feu.

Philippe Demarle - 3e année/Mesguich - (agent : Gilles Merlet chez Marceline Lenoir). Il va jouer une pièce de Sam Sheppard au Théâtre de la Criée, chez Maréchal à Marseille.

Denis Lavant (agent : Anne Andreï), bien que faisant partie de la promotion 85, il n'a pas concouru... Mais je l'adore. C'est le héros de *Boy meets Girl* de Leos Carax. Il va retourner avec lui.

Daniel Rialet (agent : Martine Lapertot), en 1re année. Remarquable de drôlerie et de sensibilité.

Pierre Berriau (pas d'agent). En 2e année chez Mesguich.

Laurent Arnal (agent : Martine Lapertot). Dans la classe de Michel Bouquet, il a imposé, en deux petites scènes, un talent d'une originalité rare.

Bruno Wolkovitch (agent : Martine Lapertot), en 1re année. Il était le copain de Jacques Penot dans *Au nom de tous les miens.*

Mouss - 2e année/Bouquet - (agent : Djouhra). Les jeunes téléspectateurs le connaissent bien : il anime « Micro Kid » sur Antenne 2. Il était le héros du télé-film de Jean-Luc Trottignon : *D'amour et d'eau fraiche.*

Michel Bompoil (agent : Martine Lapertot). En 1re année. Une présence rare.

Franck Lapersonne (pas d'agent). En 2e année chez Bouquet.

Entre la promotion 1975 et celle de 85, 350 « aspirants à la gloire » se sont présentés à ces journées. Mais pour une Isabelle Huppert (promotion 75), une Christine Boisson (77), un Fabrice Eberhard et un Benoit Régent (78), un Jean-Hugues Anglade (80), un Robin Renucci (81), devenus des vedettes à part entière, ou près de le devenir, quelle a été la destinée des autres ? Certains se sont taillés une solide réputation au théâtre : Jean-Pierre Bouvier, Brigitte Catillon (promotion 75), Jean-Yves Chatelais, Patrick Raynal, Bérangère Bonvoisin, Laurence Roy (76), Marc Delsaert, Jean-Michel Dupuis, Denise Chalem, Dominique Valadié (77), Bertrand Bonvoisin, Catherine Frot, Jean-Pierre Darroussin, Anne Canovas, Hammou Graiä (79), Catherine Rétoré, Christian Bénédetti, Dominique Reymond, Aurélien Recoing (80), Sylvie Orcier (81), Stéphane Bierry, Dominique Frot (84)...

Mais il faut se rendre à l'évidence : sur 10 ans à peine 10 % de ces jeunes aux dents longues ont pu se faire une place au soleil, que ce soit au cinéma ou au théâtre. »

Shula Siegfried

DOMINIQUE BESNEHARD CHEZ ARTMÉDIA

C'est officiel : Dominique Besnehard rentre le 1er septembre chez Artmédia en tant qu'agent pour s'occuper des jeunes talents. Pour l'instant, on ignore le nom des comédiens dont il aura à s'occuper. « Mais », souligne Jean-Louis Livi, gérant d'Artmédia, « c'est la qualité de la personnalité de Dominique Besnehard, non un a-priori sur le nom des gens qu'il pourrait représenter demain qui nous a amené à lui faire cette proposition ». Ancien assistant à la mise en scène, notamment de Claude Berri et de Jacques Doillon, Dominique Besnehard s'occupe de casting depuis 1978, domaine dans lequel il a peu à peu pris une place importante.

SÈTE : LES COPAINS D'ABORD

Pour la deuxième fois, Sète fêtait l'enfant du pays, Georges Brassens, au cours des Journées Internationales qui portent son nom. Programme chargé et électrique puisque au cours de cette semaine, chanson, littérature et cinéma étaient à l'honneur. Les trois jurys très bien inspirés (ils étaient respectivement présidés par Michel Druker, Paul Guimard et Gérard Oury) ont primé le chanteur Romain Didier, Ali Tadjer pour son roman les *A.N.I. du Tassili* et *Loose connection* le film de Richard Eyre. Ce prix cinéma consiste en l'achat du film par Canal Plus. René Féret pour sa part s'est vu remettre le prix Apple de la critique pour son film *Mystère Alexina*. Ce prix consiste en une prime de 150 000 F d'aide à la diffusion.

ITALIE : BAISSE DE LA FRÉQUENTATION DE 18 % EN 1984

Les journées professionnelles du cinéma italien ont eu lieu à Rome courant juin. Elles réunissaient 450 exploitants venus de toute la péninsule et 350 professionnels et ont donné lieu à des débats passionnés. Les participants entendaient améliorer l'image de marque du cinéma italien, montrer qu'il tente de résister à la tentaculaire télévision et définir les moyens de coexistence avec le petit écran.

L'espoir ici est symbolisé par la nouvelle loi cadre (voir notre numéro 2039 du 31 mai dernier). Appelée ici « loi mère », cette loi doit avoir une « fille », plus spécifiquement cinématographique dont l'application n'est pas encore fixée. Les producteurs italiens comptent beaucoup sur cette loi pour amener l'adoption des tax shelters, qui devraient relancer la production. Mais ils s'inquiètent en même temps des intentions du ministère du Trésor qui entend introduire des mécanismes intérieurs jugés trop rigides par la profession.

350 FILMS POUR LA SAISON 85-86

Les principaux producteurs italiens ont, dans le cadre de ces journées, présenté leur catalogue pour la saison 85-86. 25 distributeurs nous promettent 350 films (italiens et étrangers). Les majors italiens présentent un catalogue très fourni : Mario Cecchi Gori, le producteur italien détenteur du record des recettes de la saison passée, propose 10 films en majorité italiens ; Goffredo Lombardo (Titanus) en propose 21 — parmi les quels les titres P.S.O. Luigi de Laurentiis et fils renforcent leur société Filmauro grâce à des films produits par Dino aux Etats-Unis et ailleurs et en particulier *L'année du dragon*, de Michael Cimino et *Les Pirates* de Polanski. Médusa qui atteint la recette record de 7 millards de lires avec *Amadeus* s'est assurée les droits de *Ran* de Kurosawa. La France devrait être présente, la saison prochaine sur les écrans de la péninsule avec une dizaine de films inédits.

Franco Bruno, Président de l'A.G.I.S. (Association des Exploitants) a affirmé au cours de ces journées que la saison 1984-1985 devrait enregistrer une diminution de films en circulation de 8,8 % par rapport à la précédente, pour une baisse de fréquentation de 2,5 % et une augmentation des recettes de 4,1 %. Du 1er janvier au 6 juin 1985, la production de 117 films a été mise en chantier, contre 97 pour l'année 1984. La prévision d'investissement est de 200 milliards de lires (environ 1 milliard de francs). On souligne ici qu'en 1984 seuls 10 films italiens ont dépassé une recette de 3 milliards de lires. La perte dans le secteur de la production pour 1984 est évaluée à 60 milliards de lires. Par ailleurs les statistiques officielles de la S.I.A.E. (Société des Auteurs) pour l'année 1984 annoncent en première analyse (les indices complets ne devant être publiés qu'à la fin de l'année), une diminution du nombre de spectateurs : 131,6 millions de spectateurs en 1984 contre 162 millions en 1983, soit moins 18,8 %. Et une diminution de la recette : 470,6 milliards de lires contre 502,2, en 1983 ceci bien que le prix moyen du billet soit passé de 3 120 lires à 3 750 lires soit une augmentation de 14 %. Du 1er janvier au 31 mai 1985, 34 films italiens ont été présentés à la censure. Le nombre de films étrangers importés atteignant 113 dont 69 américains, 20 français, 6 venant de R.F.A. et 5 de Grande-Bretagne.

Renseignements fournis par le Bureau de Rome d'Unifrance Films

BOX-OFFICE U.S. : TOP 10 (Recettes brutes) DU 21 AU 24 JUIN 85

TITRES	Week-end (recettes en dollars)	Nbre de sem.	Total (recettes en dollars)
1. PALE RIDER'S (WB)	9,119,111	-	9,119,111
2. COCOON (FOX)	7,347,444	1	20,461,847
3. RAMBO FIRST BLOOD PART II (TRI-STAR)	6,957,496	5	107,890,996
4. ST. ELMO'S FIRE (COL)	6,128,157	-	6,128,157
5. THE GOONIES (WB)	4,619,669	3	40,670,440
6. FLETCH (U)	3,030,585	4	35,868,915
7. LIFEFORCE (TRI-STAR)	2,495,205	1	8,695,031
8. PRIZZI'S HONOR (20TH CENTURY-FOX)	2,435,596	2	13,793,788
9. RETURN TO OZ (BUENA VISTA)	1,908,527	1	6,575,242
10. A VIEW TO A KILL (MGM/UA)	1,742,866	5	43,256,109

Film de la semaine : c'est le retour du western avec le *Pale Rider* de Clint Eastwood qui chevauche en tête des entrées cette semaine



par

Patricia Saperstein

• **Nouvelles productions : Anthony Perkins** fait cette semaine ses débuts de réalisateur aux Studios Universal où il met en scène *Psycho 3*, dont il est bien sûr le principal interprète, retrouvant ainsi pour la 3e fois son personnage de Norman Bates immortalisé par Alfred Hitchcock. La production s'est assurée la collaboration de Henry Bumstead qui fut le « production designer » d'Hitchcock. La sortie de ce nouvel épisode est prévue pour février 86. — **Indigo Productions**, la société de production de Richard Pryor (même si le comédien n'est plus directement impliqué dans la direction effective de la société), va produire *Spanish Harlem* pour Columbia. Cette histoire d'amour originale se déroule bien évidemment dans le Spanish Harlem de New York et sera le premier « film des minorités ethniques » promis par Columbia à voir le jour. L'ennui, c'est que le réalisateur et les producteurs sont blancs... Mais Columbia assure que les interprètes seront des acteurs d'origine hispanique et des noirs... C'est bien le moins... — **David Saperstein**, scénariste de *Cocoon*, le film a succès de la semaine, a de nombreux autres projets en cours. Le premier qui entrera en production est *Monday, Tuesday, Wesnesday* un thriller qui se passe en 1943 dans l'ouest de la Virginie. Et Saperstein a au moins cinq autres scénarios « en développement ».

• **Nouvelles des indépendants : Atlantic** distribuera *Mark Twain* de Bill Vinton, un long métrage d'animation qui utilise le procédé du modelage de personnages en terre glaise. C'est l'un des premiers films réalisé entièrement suivant ce procédé. Vinton a utilisé en partie ce type d'animation pour certaines séquences de *Return to Oz* des productions Walt Disney, dans un vidéo-clip musical, et il réalise actuellement *Clayfinger*, une parodie animée des films de James Bond.

— **Billy Kahn** devient le directeur responsable des marchés chez Manson où il coordonera la participation de plus en plus active de la société dans les marchés du film et de la vidéo.

— **Archie Purvis** vient d'être nommé Vice Président et Général Manager de ABC Video Enterprises où il s'occupera des ventes mondiales TV, cables, vidéo, et du merchandising. Il travaillera en liaison avec June Shelley pour la promotion et avec William Vitale et Joseph Levinsohn pour les ventes à l'étranger.

— C'est **Cori Films** qui détient les droits de ventes internationales de *Goodbye New York*, une comédie qui a enregistré les plus grosses recettes du week-end lors de sa récente sortie à New York.

— **Films Venture** poursuit activement ses activités internationales et vient de vendre cinq films à Blanco y Travieso au Vénézuela, sept à Vidéo Arn en Islande, et d'autres en Espagne, au Japon, en Finlande.

— Le producteur **Robert Schnitzer** vient d'installer des bureaux aux studios Las Colinas de Dallas pour la préparation de la production de *Candyland*, l'un des nombreux films qui se tourneront au Texas cette année.

• **Changements à L'AFM** : comme prévu L'American Film Market Association a procédé à d'importants remaniements, tant dans le cadre de l'Association que dans celui du Marché, lors de la réunion annuelle de son conseil d'administration. **Norman Katz** (Norkat) a été élu Chairman of the board, **Jonas Rosenfeld** président, et le premier a être salarié, **Tim Kittelson** a été confirmé dans ses fonctions de Directeur exécutif et Directeur du Marché. Le Marché est désormais ouvert à tous, les non-membres devant payer un droit de participation de 7 500 dollars, alors que les compagnies membres paient 8 500 dollars, une somme qui couvre et leur adhésion à l'association et leur participation au marché.

RICHARD FRANK

BUENA VISTA INTERNATIO

PLUS DE 100 DÉLÉGUÉS DU MONDE ENTIER

UNE ÈRE NOUVE

OZ, UN MONDE EXTRAORDINAIRE (Return to OZ)

TARAM ET LE CHAUDRON MAGIQUE (The black Cauldron)

THE JOURNEY OF NATTY GANN



DINO TRONI

Le plus important séminaire de distribution et de marketing de BUENA VISTA INTERNATIONAL vient de se tenir à Paris sous la direction de Dino TRONI, Chairman et Managing Director (Royaume Uni) et Vice President de BUENA VISTA INTERNATIONAL pour l'Europe et le Moyen Orient, aux côtés de Harry ARCHINAL, Président de BUENA VISTA INTERNATIONAL, et de Ivan GENIT, Executive Vice President de BUENA VISTA INTERNATIONAL, et a permis à plus de 100 délégués venus d'Europe et du Moyent Orient, d'Australie, du Japon et d'Afrique du Sud, de rencontrer Richard FRANK, President Motion Pictures and Television of WALT DISNEY PRODUCTIONS.

La nouvelle équipe de dirigeants de WALT DISNEY PRODUCTIONS (Michael D. EISNER, Chairman and Chief Executive Officer, Frank G. WELLS, President and Chief operating officer, Jeffrey KATZENBERG, Chairman of the Motion Picture and Television division of WALT DISNEY PRODUCTIONS, et Richard FRANK) promet pour toutes les divisions de la compagnie un avenir brillant, en particulier à travers une production films dont la qualité et la diversité vont amener DISNEY au sommet: 10 à 15 nouveaux films par an, le développement des productions Touchstone et un nouveau grand dessin animé tous les 18 mois.

En dehors de trois films présentés dans leur intégralité (RETURN TO OZ, THE BLACK CAULDRON, THE JOURNEY OF NATTY GANN), les délégués ont assisté avec enthousiasme à la projection d'extraits de films en production : MY SCIENCE PROJECT (comédie de science fiction), OFF-BEAT (une comédie dans la lignée du Flic de Beverly Hills), DOWN AND OUT IN BEVERLY HILLS (avec



De gauche à droite : DINO TRONI, RICHARD FRANK, HARRY ARCHINAL, IVAN GENIT et les héros de "OZ, UN MONDE EXTRAORDINAIRE."



GORDON WEAVER et s



Au cours du séminaire, DINO TRONI a an
VILLE au titre de VICE-PRESIDENT de WALT
la nomination de PHILIPPE VIDECOQ au
CITY ADVERTISING & PROMOTI

NAL MARKETING SEMINAR

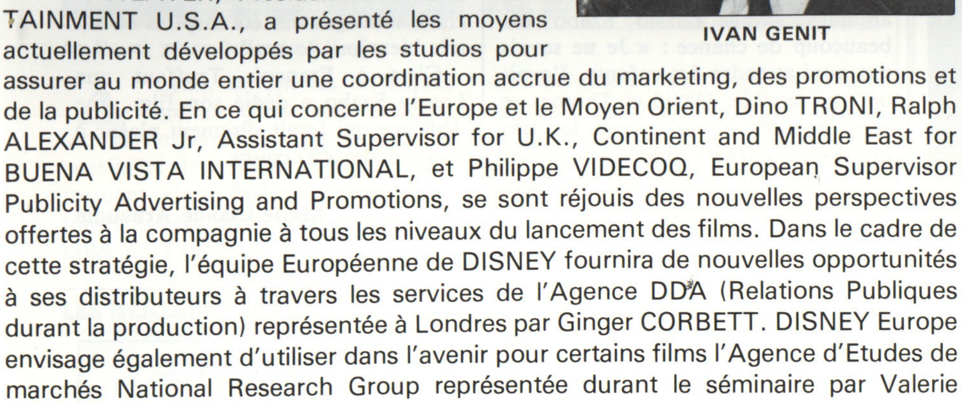
RENCONTRENT A PARIS RICHARD FRANK :

LLE POUR DISNEY

Nick NOLTE, Richard DREYFUSS et Bette MIDLER), BASIL OF BAKER STREET (un nouveau grand dessin animé en prévision pour 86), ONE NIGHT BEFORE CHRISTMAS (comédie dramatique)... Des projets ambitieux annoncés par Richard FRANK et développés par une des meilleures équipes de production du monde.

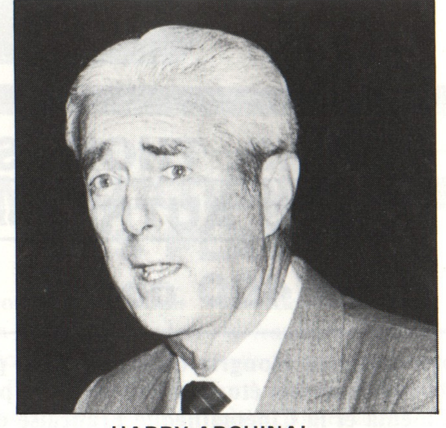


IVAN GENIT



Gordon WEAVER, President Y & R ENTERTAINMENT U.S.A., a présenté les moyens actuellement développés par les studios pour assurer au monde entier une coordination accrue du marketing, des promotions et de la publicité. En ce qui concerne l'Europe et le Moyen Orient, Dino TRONI, Ralph ALEXANDER Jr, Assistant Supervisor for U.K., Continent and Middle East for BUENA VISTA INTERNATIONAL, et Philippe VIDECOQ, European Supervisor Publicity Advertising and Promotions, se sont réjouis des nouvelles perspectives offertes à la compagnie à tous les niveaux du lancement des films. Dans le cadre de cette stratégie, l'équipe Européenne de DISNEY fournira de nouvelles opportunités à ses distributeurs à travers les services de l'Agence DDA (Relations Publiques durant la production) représentée à Londres par Ginger CORBETT. DISNEY Europe envisage également d'utiliser dans l'avenir pour certains films l'Agence d'Etudes de marchés National Research Group représentée durant le séminaire par Valerie LYON.

Dino TRONI a remercié Richard DASSONVILLE, Georges GUIGNARD et leurs équipes pour leur accueil à Paris et a tenu, au nom de tous les délégués, à exprimer à Richard FRANK la satisfaction et les hautes espérances développées par l'annonce de ces nombreux et ambitieux projets.



HARRY ARCHINAL



DOWN AND OUT IN BEVERLY HILLS
(Le Clochard de Beverly Hills)

OFF-BEAT

BASIL OF BAKER STREET



assitant STEPHEN JANECK



noncé la nomination de RICHARD DASSON-
DISNEY PRODUCTIONS (FRANCE), ainsi que
poste de EUROPEAN SUPERVISOR, PUBLI-
TRICAL OF BUENA VISTA INTERNATIONAL

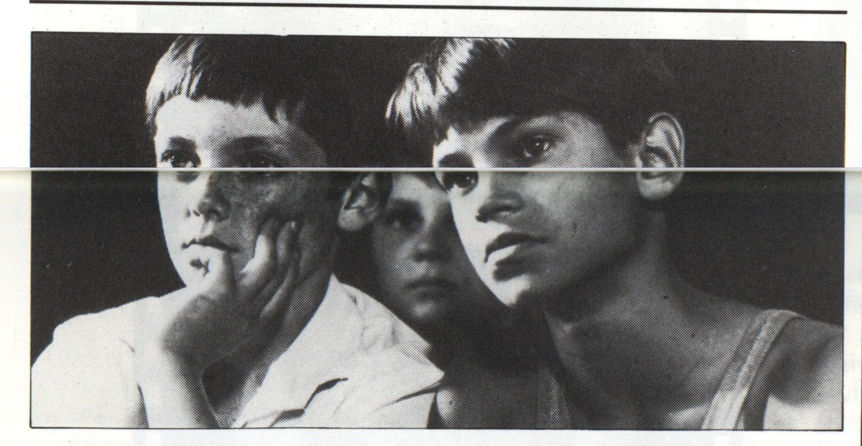


De gauche à droite : RICHARD DASSONVILLE, IVAN GENIT, HARRY ARCHINAL, RICHARD FRANK, DINO TRONI et GURGI, nouveau personnage de "TARAM ET LE CHAUDRON MAGIQUE."

« DAVID, THOMAS ET LES AUTRES »

Les 400 coups

Laszlo Szabo a quitté sa Hongrie natale en 1956 pour s'installer à Paris. Au lieu de continuer ses études d'ingénieur, il préféra fréquenter les Cahiers du Cinéma et la Cinémathèque Française dont il fut un des « rats » les plus assidus avec Truffaut et Rivette. Et comme pour eux, ce fut son école de cinéma. Grâce à Chabrol il fit ses débuts de comédien dans *Les cousins* puis dans *A double tour* aux côtés de Belmondo. Et il passa tout naturellement à la réalisation. *David, Thomas et les autres* qui sort le 10 juillet distribué par SFDI est son troisième long métrage de réalisateur.

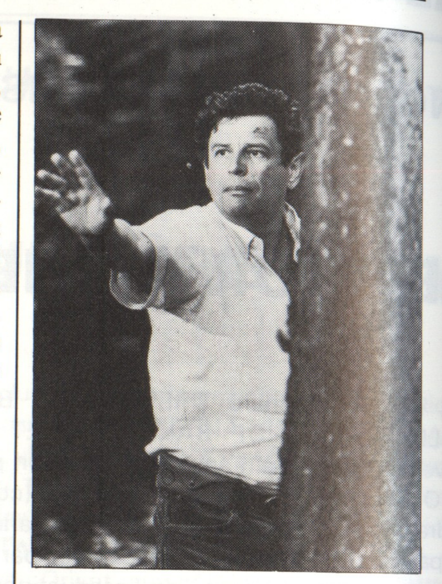


David et Thomas.

Laszlo Szabo n'a pas réalisé de film depuis 10 ans : son dernier long métrage était *Zig-Zig* avec Catherine Deneuve et Bernadette Lafont. Depuis il s'est plutôt consacré à ses activités de comédien et on l'a notamment vu récemment dans *Liberté la nuit, Les nuits de la pleine lune, L'Amour par terre.* Il y a trois ans, il reçut une avance sur recettes pour un polar qu'il devait tourner avec Jean-Louis Trintignant et Carole Laure. Mais son producteur, peu scrupuleux, toucha l'avance qu'il utilisa à d'autres fins. Laszlo Szabo est actuellement en procès avec lui. Cette expérience le laisse amer : « J'ai perdu trois ans pour rien. Pourtant le scénario avait reçu l'avance à l'unanimité et Danielle Delorme m'avait dit que c'était un des meilleurs qu'elle ait lu durant son mandat. Heureusement j'ai tourné pas mal de films comme comédien et la Hongrie m'a proposé de faire un film comme réalisateur. Bien qu'aujourd'hui je me considère comme français, mes racines sont en Hongrie où je retourne régulièrement et où je suis toujours bien accueilli. J'étais donc très heureux d'aller tourner là-bas *David, Thomas et les autres* ».

LE REGARD DES ENFANTS

Laszlo Szabo proposa en effet à Mafilm l'adaptation du roman d'un de ses amis qui vit en Yougoslavie, Nador Gion : *Salve pour un buffle noir,* un roman sur l'après-guerre. Il obtint l'accord des Hongrois sur ce sujet et en France une avance sur recettes : « Je voulais une coproduction avec la France car je voulais que le film soit vu en France. C'était aussi une façon de sortir le film du ghetto dans lequel les films hongrois sont en général enfermés. C'est la raison pour laquelle, outre l'admiration que je leur porte, j'ai choisi Jean-Louis Trintignant et Jean Rochefort dans les rôles principaux ». David, Thomas et les autres sont des enfants d'une dizaine d'années. Nous sommes en 1948 quelque part en Europe. Les blessures de la guerre ne sont pas encore cicatrisées mais la vie reprend son cours : On démine les champs et les enfants jouent avec les bombes abandonnées, inconscients du danger. Ces enfants sont ceux d'une classe d'un petit village et Szabo s'attache surtout à deux d'entre eux : David, un jeune juif orphelin et sensible et Thomas son compagnon de jeu. L'école est un lieu important dans le film. C'est là qu'ils cotoient les adultes, les observent et parfois les imitent. Ces adultes, c'est le professeur Fodo (Jean-Louis Trintignant) désemparé, meurtri, trahi par sa femme (Fanny Cottençon) qui se console en buvant et en faisant des parties d'échecs interminables avec Monsieur Louis (Jean Rochefort) aristocrate ruiné mais aristocrate malgré tout. Parmi les adultes il y a aussi la prof de musique, Madame Novak dont la sécheresse cache une grande solitude, Pierrot le noir et sa passion pour ses buffles, la femme de Pierrot qui a perdu ses enfants... tous personnages attachants car blessés. « Ce que j'ai aimé dans cette histoire c'est que tout est vu par le regard des enfants et que le regard qui est posé sur les adultes, c'est le leur. Ce qui m'a intéressé également c'est que j'étais enfant à la même époque et que j'ai pu un peu tourner l'histoire vers moi. Le chat, les buffles, le cimétière étaient dans le roman. Mais le tank, les bombes, c'est moi qui les ai tirés de mes souvenirs. Ce n'est pas un film autobiographique à proprement parler ; il l'est dans l'esprit pas dans les détails. J'ai aussi changé le dénouement du roman où intervenaient les procès staliniens. J'ai gommé l'aspect politique pour me concentrer sur les enfants ». Des enfants sensibles qui sont victimes de la bêtise des grands : si le chat meurt, si le buffle de Pierrot le noir est tué, si les poissons crèvent, c'est à cause de la bêtise des adultes. Une bêtise que Monsieur Louis est un des seuls à reconnaître : « n'imitez pas les adultes », conseille-t-il aux enfants qui s'amusent à les singer.



Laszlo Szabo.

Une des difficultés du film était de tourner avec des enfants et avec des animaux. Mais Lazslo Szabo eut beaucoup de chance : « Je ne savais pas quoi attendre des enfants. J'avais un trac terrible. David et Thomas se sont imposés à moi parmi les très nombreux enfants que nous avons rencontrés. J'ai eu avec eux une communication par le cœur très forte. Ils m'ont beaucoup donné. Même les chats sauvages ont été inspirés et ont très bien joué le jeu ! ».

C'est à François Truffaut que Laszlo Szabo a dédié son film, une dédicace qui ferait sûrement plaisir à l'auteur des *400 coups*.

Marie Claude Arbaudie

EN BREF... EN BREF... EN BREF...

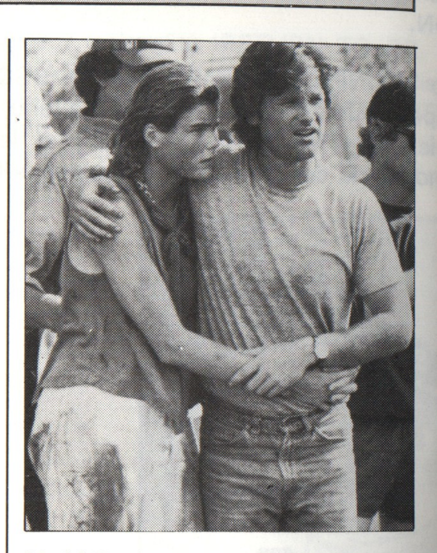
• **Chez MK2, l'été ne sera pas un désert cinématographique.** En effet Marin Karmitz sort à partir du 17 juillet l'intégrale des films d'Alain Tanner. Puis échelonnés sur juillet et août sortiront quatre des premiers films de Fassbinder : le 10 juillet *Les larmes amères* de Petra Von Kant ; le 24 juillet : *Tous les autres s'appellent Ali ;* le 7 août : *Maman Kuster s'en va au ciel* et le 21 août : *Effi Briest.*

★

• **Réédition en copie neuve et V.O. de deux films de Luigi Comencini :** *Pain, amour et fantaisie* (1953) qui sortira le 17 juillet ; et *Pain, amour et jalousie* (1954) qui sortira le 31 juillet. Ces deux comédies qui se déroulent dans un petit village du Sud de l'Italie ont pour protagonistes un brigadier-chef incarné par Vittorio de Sica, une jeune et belle sage-femme avec laquelle il se fiancera à la fin du premier film (Marisa Merlini) est une belle sauvageonne (Gina Lollobrigida) au charme de laquelle le brigadier n'est pas insensible. Pierre Autré dans les fiches du Film Français de l'époque prédisait : « Ce jeune et talentueux metteur en scène va faire parler de lui par l'art aisé, la fantaisie débridée et l'adroite utilisation de « types » de village dont il témoigne dans son film où vit dans un style de chronique familière, toute une petite communauté italienne ».

★

• **Sortie le 24 juillet par la Fox de** ***Un été pourri*** **premier film américain** du réalisateur canadien d'origine australienne Philipp Borsos (*The grey Fox* son premier long métrage fut couronné de lauriers). Héros du film : un journaliste incarné par Kurt Russel, spécialisé dans le fait divers criminel. Alors qu'il était prêt à se retirer dans une petite ville de province, un assassinat le met en vedette. Il devient le porte parole du tueur qui se sert de lui pour annoncer ses crimes à venir. Il ravit ainsi la vedette au tueur. Le film met en valeur les relations malsaines et ambigues d'un journaliste et d'un tueur et le vertige du vedettariat qui peut saisir certains journalistes. L'amie du journaliste (incarnée par Mariel Hemingway) le considérera complice des meurtres perpétrés.



Mariel Hemingway et Kurt Russel.

GAUMONT

FERMETURES A LYON ET A MARSEILLE

Gaumont a fermé ses trois salles de Marseille le 30 juin et la grande salle unique du Royal de Lyon le 2 juillet. Les deux cinémas étaient en perte de rentabilité et Gaumont, ne trouvant pas de perspectives de changement, a décidé de les mettre en vente. Les deux situations et leurs causes ne sont pas pour autant assimilables.



Le Royal, place Bellecour à Lyon

A Lyon, devant les difficultés logiques d'une salle unique, Gaumont n'a pu trouver la possibilité de créer un complexe performant place Bellecour mais reste toutefois représenté grâce aux quatre salles du Tivoli.

LES MEILLEURS EMPLACEMENTS

A Marseille, c'est la situation difficile des salles en centre ville qui explique la chûte de la fréquentation. En effet, contrairement aux autres agglomérations, l'insécurité (*Film français* du 24 mai 1985) remet en question les meilleurs emplacements au profit de la semi-périphérie. Les exploitants qui ont fait le pari, non évident au départ, de s'installer dans les quartiers excentrés de Marseille (Bonneveine, Prado,...) ont eu en fait une très bonne idée ! Gaumont préfère donc ne plus être représenté dans une ville aussi importante que Marseille plutôt que de laisser trainer une affaire non rentable alors que rien ne laisse prévoir une amélioration de la situation du centre ville.

A Lyon comme à Marseille, il est probable que les deux emplacements ne seront pas rachetés pour des activités cinématographiques.

N.B

EN BREF... EN BREF... EN BREF...

• **Le Syndicat de l'Exploitation Cinématographique du Centre-Sud** a procédé, lors de son Conseil d'Administration du 6 juin 1985, à la désignation de son bureau. Ont été élus : Président : M. Fridemann ; Vice Président : M. Volle ; Vice Présidents : Mme Deschamps-Huot, M. Canillac, M. Picourt, M. Vergnaud ; Secrétaire général : Melle Anne Serres ; Secrétaires généraux adjoints : Mme Dagnaud, M. Désandré ; Trésorier : M. Lare ; Trésorier adjoint : M. Cauzinille ; Commissaires aux comptes : Mme Rio, M. Olibo, M. Mascagni, M. Simon.

DÉMARRAGE DES CAISSES AUTOMATIQUES

Les essais de caisses automatiques « en situation », ont démarré le mercredi 26 juin au Gaumont Colisée où une caisse Guerineau Lorraine dessert les trois salles. Ont suivi le vendredi 28 juin l'UGC Champs Elysées avec la caisse américaine Pacer et la grande salle du Biarritz avec la caisse Guerineau. Puis, le mercredi 3 juillet, le Pathé Clichy (Guerineau) et le Paramount Maillot où deux salles sont desservies par Guerineau et deux salles par Pacer. Enfin, le cinéma Artel Créteil sera équipé Pacer à la mi-juillet au plus tard. Chacun peut donc aller voir ces nouveaux matériels en fonctionnement et dont les tous débuts s'avèrent d'ores et déjà positifs. En ce qui concerne la vente à l'avance, les cinémas en question ont commencé par la journée même et progressivement vont arriver à la prévente à la semaine.

Le film français qui avait consacré un dossier à l'informatisation des caisses le 22 mars, fera le bilan de cette expérience pratique dans le courant du mois d'août.

AUGMENTATION DU PRIX DES PLACES

Le nouvel accord de régulation relatif aux prix des places de cinéma, en application de l'arrêté du 19 novembre 1984 est, à l'issue de longues négociations, déposé par la F.N.C.F. auprès de la Direction Générale de la Concurrence et de la Consommation. Cet accord est applicable dès le 10 juillet et jusqu'au 31 décembre 1985. En ce qui concerne le prix moyen trimestriel, il augmente donc de 2 %, s'ajoutant ainsi à la majoration de 1 franc autorisée en décembre 1984. Le régime des prix des places est par ailleurs modifié sur les points suivants et ce, toujours à compter du 10 juillet : le prix de seuil est porté à 19,50 francs sachant que les salles dont le prix maximum ne dépasse pas ce seuil sont libres ; le « prix plancher des réductions » est porté quant à lui à 16 francs, ce qui signifie qu'une salle ne peut être tenue d'offrir des prix réduits inférieurs à ce plancher. Toutes les autres dispositions de l'accord conclu en décembre 1984 sont sans changement : art et essai, salles x, réductions obligatoires, salles transformées, publicité des prix...Comme il a été dit dans *Le Film Français* du 28 juin 85, il est toléré que les salles saisonnières d'été utilisent cette possibilité d'augmentation dès l'ouverture de la saison en majorant leur prix maximum affiché de 1,50 franc par rapport à leur prix de la saison d'été 1984. La circulaire de la Fédération Nationale des Cinémas Français ayant pour objet le prix des places sera publiée ultérieurement dans son intégralité.

ANIMATIONS PARIS PROVINCE

• **Rouen : des classiques en affiches.** En juillet, aux 7 Gaumont de Rouen, dirigés par Guy Payet, le hall accueille soixante maquettes d'affiches réalisées à la gouache et qui font revivre en format raisin d'inoubliables classiques du 7e Art, L'auteur de ces maquettes est André Ruellan, critique et collaborateur des « Affiches de Normandie » mais aussi correspondant du *Film Français* pour la région rouennaise. Deux grands panneaux « cinémascope » s'attachent donc à de grands noms disparus : Louis Jouvet, Marilyn Monroe, Clark Gable, Erich Von Stroheim, Boris Karloff s'associent à François Truffaut, Fritz Lang ou encore à Jean Renoir et bien d'autres. Cette exposition d'originaux sera ensuite visible aux Gaumont de Caen.

★

• **Bastia : Mini Festival fantastique au studio.** Fidèle à sa vocation d'animation cinématographique, le Studio Cinéma vient d'organiser avec le concours des Amis d'Art et Essai un mini festival du film fantastique avec des « must » primés à Avoriaz. Deux séances étaient prévues chaque soir à 21 h 15 et 22 h 45 soit presque quatre heures de frissons non stop. Et pour les indéracinables, René Viale, directeur de la salle et exploitant indépendant a conçu une nuit du fantastique le 8 juin avec *L'Ascenseur, Patrick, Chromosome 3* et *Terreur sur la ligne.*

★

• **Le retour des morts-vivants à Mulhouse :** Philippe Darnis, le jeune directeur des Omnia à Mulhouse n'est pas Woody Allen et pourtant chaque soir, pendant trois jours et dans une des salles qu'il dirige, les acteurs sont descendus de l'écran pour s'installer au milieu des spectateurs. On saisit toute la saveur de l'évènement quand le film en question est *Le retour des morts vivants.* Cette opération de promotion est le fruit de la collaboration entre les *Nouvelles d'Alsace,* la maison de distribution Sogedis et deux radios locales : Radio Star et Fréquence Mulhouse. Les Mulhousiens étaient appelé à faire un effort particulièrement recherché dans le mauvais goût en se présentant à la séance du soir déguisés en zombies livides, vampires glauques et autres punks verdâtres venus d'outre tombe. Les meilleurs, donc les plus laids, se sont vus gratifiés d'une entrée gratuite pour leur film de prédilection...

Patrick Thiébaut

SOCIÉTÉ FRANÇAISE D

APRÈS "GRO

10 JUILLET

CLAUDE JAEGER PRÉSENTE

DAVID, THOMAS ET LES AUTRES...

UN FILM DE LASLO SZABO
AVEC JEAN-LOUIS TRINTIGNANT / JEAN ROCHEFORT / FANNY COTTENCON

18 SEPTEMBRE

ORFILM PRÉSENTE

LE NEVEU DE BEETHOVEN

UN FILM DE PAUL MORRISSEY
AVEC WOLFGANG REICHMANN / DIETMAR PRINZ / JANE BIRKIN
NATHALIE BAYE / MATHIEU CARRIÈRE

2 OCTOBRE

JEAN KERCHNER et CYRIL DE ROUVRE PRÉSENTENT

LE QUATRIÈME POUVOIR

UN FILM DE SERGE LEROY
SCÉNARIO DE FRANÇOISE GIROUD
AVEC PHILIPPE NOIRET / NICOLE GARCIA / JEAN-CLAUDE BRIALY
MICHEL SUBOR

13 NOVEMBRE

LES FILMS DU SABRE PRÉSENTENT

LA CHAIR A VIF

UN FILM DE PATRICE GAUTHIER
AVEC JEAN-FRANÇOIS BALMER / JEAN-PIERRE KALFON / ELIZABETH DEPARD
HIPPOLYTE GIRARDOT

15 JANVIER

IRÈNE SILBERMAN PRÉSENTE

100 FRANCS L'AMOUR

UN FILM DE JACQUES RICHARD
AVEC GABRIELLE LAZURE / PIERRE-LOUP RAJOT / RICHARD BOHRINGER
VALÉRIE STEFFEN

SFDI 70, rue de Ponthieu - 75008 PARIS - Tél. : (1) 35

PHT ORGACIFRA
46, place Gambetta
33000 BORDEAUX
Tél. (56) 44.03.91

DODRUMEZ FILMS
91, rue Tronchet
69006 LYON
Tél. (7) 889.04.02

RADIOS PRIVÉES LOCALES : DES SUPPORTS A PART ENTIÈRE

Aujourd'hui, il existe plus de 1500 stations de radios locales privées en France, dont 1000 seulement ont obtenu l'aval de la Haute Autorité. Leurs budgets sont le plus souvent assez faibles (moins de 100 000 francs par mois pour la plupart). Certaines d'entre elles se sont dégagées du lot et commencent à faire leurs preuves économiques. On en connait surtout les 20 plus importantes qui font plus de 300 000 francs de chiffre d'affaires par mois. Ces dernières émettent le plus souvent, sur les grands bassins de population.

Lors de l'autorisation de la publicité sur les ondes des radios locales privées, beaucoup ont estimé que l'argent publicitaire que les stations allaient drainer se monterait aux alentours du milliard de francs. Les 30 % ou presque de taux de pénétration qui étaient révélés par les sondages avaient tout pour confirmer cette estimation. Il a fallu compter avec la méfiance des annonceurs face aux nouveaux médias. Dans les faits, le budget publicitaire total des radios locales privées est de 395 millions de francs. Sur ce budget, il faut compter 70 % de publicité locale et 30 % de nationale. Cet investissement publicitaire se concentre, selon l'Association des Agences Conseil en Publicité (A.A.C.P.), à 38,6 % sur la région parisienne. Ensuite, arrivent les pays de Bretagne-Pays de Loire (12,7 %) et la région Auvergne Rhône-Alpes (7,9 %). Si l'on considère que seules 3,7 % des stations locales actuelles réalisent un chiffre d'affaires annuel supérieur à 5 000 000 de francs, tout donne à penser qu'un écrémage important va avoir lieu dans l'année (ou les deux années) à venir. Seules risquent de subsister les stations importantes des grandes villes et un certain nombre de stations rurales qui ont su se créer une audience stable et fidèle à coup de programmation spécifique. Conscientes de l'importance de la publicité, les radios locales privées se préoccupent de plus en plus de fournir des éléments d'audience fiables et sûrs. Si on exclut les stations les plus importantes, peu de radios disposent encore de chiffres dignes de confiance. En effet, elles doivent encore gagner leurs galons de professionnels des médias. Toutefois, la publicité et les régies auxquelles elles sont affiliées ont permis depuis quelques temps des systèmes de mesure d'audience de plus en plus crédibles. Dans ce domaine, si le C.E.S.P. se contente encore de les englober dans une rubrique « autres stations », IPSOS d'une part et de la Sofres-Nielsen d'autre part ont mis au point de véritables outils d'étude qui permettent de connaître de façon précise l'écoute de ces stations, station par station. L'écoute majoritaire des radios locales privées est jeune (16-35 ans), urbaine et assez fidèle. Certaines stations (en particulier dans l'Ouest) ont su trouver une audience plus ouverte et plus âgée. Il en va ainsi de Radio Montmartre à Paris ou de Radio Alouette en Vendée. En tout état de cause, l'image forte de la radio locale privée est celle d'une station jeune. NRJ n'est pas pour rien dans cette image, dont les jeunes auditeurs ont su manifester pour leur radio baptisée « la plus belle des radios ». Il semble toutefois que l'attachement des auditeurs des autres stations de tête est identique. Rares sont les radios locales privées où on ne parle pas de cinéma. Magazines, critiques, interviews sont hebdomadaires voire quotidiens. La présence de nombre d'entre elles au dernier festival de Cannes est éloquente. Cet intérêt pour le cinéma est d'origine double. Les animateurs sont très souvent des fervents cinéphiles qui souhaitent vivement faire partager leur passion à leurs auditeurs ; des auditeurs le plus souvent séduits d'avance et qui aiment assez largement le cinéma.

Les radios locales privées organisent de manière de plus en plus efficace leur promotion et leur prospection des annonceurs. Les plus importantes ont créé leur propre régie. Mais, le plus souvent, des réseaux ont été constitués qui permettent aux annonceurs de travailler avec des plans médias cohérents et complémentaires des autres supports, en particulier de l'affichage. C'est pourquoi ce dossier donne en priorité la parole aux Régies publicitaires spécialisées.

Les radios locales privées arrivent à l'âge mûr. Elles perdent peu à peu l'image d'amateurisme qui était la leur. Aujourd'hui au début de leur essor commercial, tout donne à penser qu'elles ont tous les atouts pour devenir de bons supports pour le cinéma.

Philippe Beaudelot

A.F.C. PUBLIPRINT : PRESSE ET RADIOS LOCALES

« A.F.C. Publiprint, c'est la synergie entre le dynamique des radios locales privées et la puissance des groupes de presse régionaux et des grands titres nationaux », disent les responsables de cette entreprise. Il s'agit, par cette idée de départ de trouver tous les rapprochements entre des pôles qui permettent d'assurer une cohérence entre information et publicité pour un réseau de stations locales autonomes. « Le cinéma ? Toutes nos stations en parlent avec une ou plusieurs émissions spécialisées, ajoutent les responsables du réseau, c'est un gros élément d'intérêt pour nos auditeurs ».



Jean-Luc Bernard et Marc Malory.

« Nous voulons proposer à nos auditeurs, non pas des spots, mais de véritables émissions sur le cinéma, des animations, des jeux avec cadeaux. Le plus représentatif de ce que nous voulons faire, c'est l'émission de Marc Malory, « A vos marques » sur 88,5 qui couvre la région parisienne. Tous les jours, de 17 h à 20 h, il présente les spectacles, invite des comédiens et des réalisateurs, organise des jeux autour du cinéma. Nous avons même organisé une antenne au dernier festival de Cannes. Nous pensons, en effet, qu'il est préférable, sur le plan de la promotion du cinéma, d'organiser les choses autour d'émissions de cinéma à une unique diffusion de spots. De plus, nos synergies avec *Le Figaro* et *France soir* nous permettent d'avoir à l'antenne des critiques comme Robert Chazal... ».

AVANT PREMIÈRES

L'A.F.C. a organisé de bonnes relations avec le cinéma sur lequel elle se tient régulièrement informée (grâce au *Film français*). Toutefois, elle pense que même utile, la simple diffusion des cassettes fournies par les attachés de presse est insuffisante sur le plan promotion parce que peu personnalisée. Ses responsables pensent qu'il faut collaborer sur les contenus des émissions. Un jeu sur le cinéma a permis à un des auditeurs de gagner, par exemple, 45 cassettes offertes par Proserpine Vidéo. Ils s'intéressent beaucoup au système des avant premières car ils se sont rendus compte que les auditeurs invités créent un important phénomène de promotion par bouche à oreille. Des opérations de ce type ont été organisées avec Disney pour *Country* et la Fox pour *Un printemps sous la neige*.

INVITÉS

Les invités font aussi une bonne promotion pour le cinéma, « à condition, dit l'A.F.C. que les interviews soient particulières à chaque station ou presque, ou au moins au réseau A.F.C. Les interviews cassettes ne peuvent respecter le ton particulier de chaque station, si elles sont fournies par les attachés de presse ». Parmi les invités, on compte, entre autres, Claude Chabrol, Josiane Balasko, Laurent Mallet...

RÉGIE PUBLICITAIRE

Mais par delà cette idée précise de la publicité sur la bande FM, l'A.F.C. « accueille tous les messages publicitaires, qu'il s'agisse de spots classiques ou toute autre forme de communication sonore à l'intérieur des programmes ». Le réseau A.F.C. comprend 44 stations et souhaite en comprendre une centaine assez rapidement. De plus, l'A.F.C. dispose de trois modules régionaux particulièrement centrés sur l'Ouest, la région Rhône-Alpes et le Nord. Ces modules permettent de renforcer des campagnes sur les régions concernées. Enfin, l'A.F.C. dispose d'un studio de prodution et de création sonore.

P.B.

FORUM COMMUNICATION : MATÉRIAUX SONORES POUR LES RADIOS

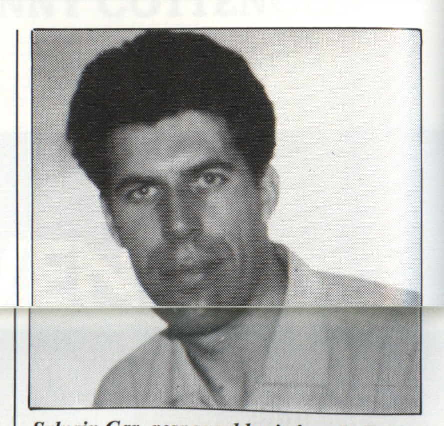
Forum Communication est une agence sonore d'information. Partant du principe que 1985 sera une année décisive pour la FM et animée d'un esprit mutualiste, cette nouvelle agence produit de l'information et cherche à favoriser le développement et l'enrichissement de l'expression sociale... tout un programme !.

Créé l'été dernier par Marc Pallain et Laurent Sablic, Forum Communication définit son objectif : permettre aux radios d'affirmer leur place sur les ondes en toute indépendance. Si les stations s'abonnent à Forum Communication, elles reçoivent des matériaux sonores qui sont conçus pour leur permettre de composer de manière personnalisée leurs programmes : actualité du jour, grands dossiers du moment, nombreux sujets de société ou culturels... réalisés par des journalistes professionnels.



DU CREUSOT A WASHINGTON

Les services sont distribués au moyen de liaisons spécialisées du réseau PTT et l'abonnement n'implique pour la station abonnée aucune contrainte sur ses programmes, aucune obligation d'adhésion à une régie ou de diffusion obligatoire de messages publicitaires.



Sylvain Gar, responsable cinéma de Forum Communication.

N. Buraud

FRÉQUENCE RÉGIE : 55 RADIOS DANS TOUTE LA FRANCE

Avec 16 millions de francs de chiffre d'affaires aux cours des six premiers mois de l'année 1985, Fréquence Régie s'est imposée au tout premier rang des régies spécialisées dans les radios locales privées. On sait que Fréquence Régie — créée le 1er décembre 1984 mais effectivement opérationnelle depuis janvier 85 — est la structure spécialisée dans les radios libres privées associant le partenariat de Régie Presse (Groupe Publicis), Europe 1 Communication et RMC.

Autour de 95.2, Régie Presse a donc aggloméré 55 radios locales privées dans toute la France, radios locales dont elle assure la publicité extra-locale, y compris en ce qui concerne le cinéma (à noter qu'il n'en va pas de même pour 95.2 qui gère directement ses rapports avec les annonceurs cinéma). Fréquence Régie est aussi partie prenante d'un accord inter-régie et qui implique les trois autres « grands » de la FM : Modulations, Régie FM et NRJ. Malgré sa toute récente implantation Fréquence Régie s'est déjà vue confier un certain nombre de grosses campagnes par Renault, la FNAC, Alfa Roméo, Europe Assistance, pour ne citer que quelques annonceurs. De plus, avec le concours de la filiale d'Europe 1, Fréquence Service, Fréquence Régie assure le sponsoring d'émissions diffusées sur son réseau de radios locales privées. C'est ainsi que 40 radios ont déjà rediffusé la couverture de Roland Garros sponsorisé par le GAN et que Fréquence Régie envisage l'année prochaine de couvrir le Festival de Cannes en faisant appel au même principe.

HALTE À L'ÉCHANGE MARCHANDISE

Dans le domaine du cinéma, on reconnaît à Fréquence Régie que les relations entre annonceurs et radios locales privées ont tendance à en rester au stade de « l'échange marchandise ». « Sans nous prendre pour des Zorros » souligne-t-on, au sein de la Régie « nous essayons de rétablir une certaine normalité dans les rapports commerciaux ». « D'autant » ajoute-t-on à Fréquence Régie « que nous offrons des garanties importantes aux annonceurs nationaux : nous sommes Ducroire et nous sommes en mesure de contrôler le passage effectif des messages publicitaires ». Résultat de cette politique : Fréquence Régie fait état de trois campagnes cinéma cet été, *Gros dégueulasse* (SFDI), *Police Academy II* (Warner) et *Le dernier dragon* (Warner).

HEXAGONE FM : DOSSIERS DE PRESSE SONORE

Héxagone FM, agence conseil en communication radio existe depuis 1982. La société a été créée par Alain Marcel, 33 ans, et ses deux associés Luc Baumaire et Jean-Eric Pielle. En tout cinq personnes travaillant à Héxagone FM qui ont toutes une trentaine d'années. Les activités d'Héxagone FM se répartissent à 50 % dans le cinéma et à 50 % dans d'autres activités qui peuvent aller des boissons alcoolisées aux planches à voile.



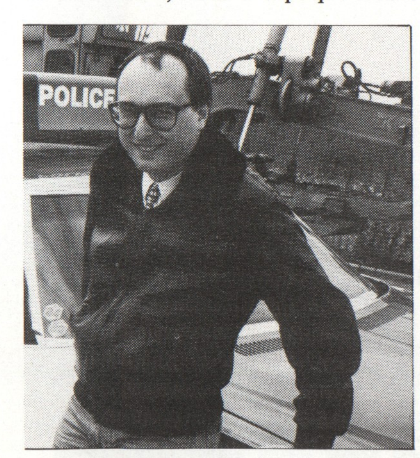
Alain Marcel.

Héxagone FM s'adresse aussi bien aux radios privées locales qu'aux périphériques. Son activité peut se définir comme suit : gestion du budget de publicité pour ce qui concerne le média radio, production de cassettes autour d'un film, messages radios pour les R.P.L. et les périphériques, achats d'espace, opérations sur le terrain, organisations d'avant-premières : projections pour les responsables cinéma de R.P.L. (en particulier à Paris) ou avec une station, à destination du public.

450 STATIONS

Ce sont les distributeurs ou les agences de publicité qui commandent le travail à Héxagone FM qui couvre environ 450 des 1200 R.P.L. que compte la France. Il s'agit d'un choix délibéré. « Nous ne souhaitons pas », nous a déclaré Alain Marcel, « prendre plus de stations : nos critères étant basés sur la qualité des stations et la régularité de leurs programmes ».

« Pour ce qui est de la production de cassettes », nous a expliqué Alain Marcel, « c'est en fait un dossier de presse sonore que nous fournissons. Son budget varie, de 35 000 à 40 000 francs hors-taxes. Il faut noter, ajoute-t-il, qu'il y a une grande différence entre les R.P.L. parisiennes et celles de provinces. Les R.P.L. parisiennes sont assez peu représentatives, à part 2 ou 3 stations leaders, ce sont surtout des stations de news et musique. Alors qu'en province un véritable public local s'est créé pour les stations locales, un public plus large, plus motivé. Sur les 450 stations que nous couvrons, 70 couvrent Paris et la périphérie, et 380 le reste de la France. Cela devrait représenter un potentiel de 5 millions d'auditeurs environ ».



Luc Baumaire.

« Les cassettes de 20 minutes que nous proposons aux stations », poursuit Alain Marcel, « se présentent sur deux faces. La face A comprend des interviews avec les réalisateurs, producteurs, acteurs ainsi que des extraits du dialogue du film et de la musique. Le tout monté et prêt à être diffusé. La face B comprend les mêmes éléments, à l'état brut, non montés ce qui permet aux animateurs des stations de faire leur propre présentation. 60 % de nos stations utilisent la face A, 40 % la face B ».

« Il faut souligner, ajoute Alain Marcel, que nos cassettes ont généré des émissions radios dans les R.P.L. : on trouve aujourd'hui beaucoup d'émissions cinéma, dans les radios privées qui se sont créées parce que nous leur fournissions des cassettes. Héxagone FM travaille surtout avec Warner-Columbia, avec Gaumont, Art et Mélodies, A.M.L.F. (surtout pour les messages radio). Mais la proportion de films qui sortent et pour lesquels une action radio est entreprise n'est que de un sur trois. Et c'est dommage. Le coût d'une cassette par rapport au budget de lancement d'un film n'est pas tellement élevé. Mais les distributeurs ont trop souvent tendance à ne penser au lancement radio que lorsqu'il s'agit d'un film de jeunes, d'un film musical. C'est une erreur ».

ACTIONS SPÉCIALE

Parmi les actions spéciales entreprises par Héxagone FM citons le tournage de *The Bride* réalisé par Franck Roddam et produit par Victor Drai. Héxagone présent au tournage a fait une émission sur Sting et sur le groupe Police sponsorisée par Martini et qui fut finalement une émission musique et cinéma. Autre opération spéciale à l'occasion de *Police Academy :* Héxagone FM a participé à une tournée des radios côtières, organisé des avant-premières pour les estivants sur les plages et a parcouru les rues de Deauville au moment du Festival du film américain par une voiture de police américaine bariolée, toutes sirènes hurlantes avec figurants etc...

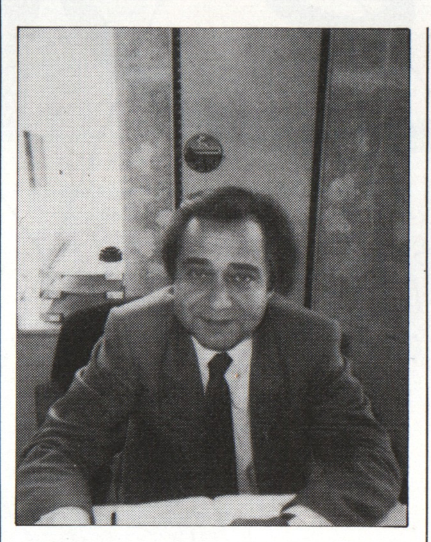
Parmi les cassettes les plus récentes réalisées par Héxagone FM citons également *Amadeus, La Déchirure, La Route des Indes.*

Pour ce qui est des messages publicitaires radio, ce sont des 30 secondes qui sont essentiellement diffusés sur RTL, Europe 1, 95.2 et N.R.J. Parmi les films ainsi traités récemment citons *Marche à l'ombre, Les Spécialistes, S.O.S. Fantômes,* etc... « La FM est le média de l'avenir », conclut Alain Marcel. « Rappelons que N.R.J. vient récemment de battre aux sondages les radios périphériques. La FM représente aujourd'hui un tiers de l'auditoire radio sur la France, c'est surtout un média local dont la spécificité ne doit pas être négligée ».

Ginette Billard

HIT FM : LA STATION AUTOMATIQUE

Dernière née des Radio Locales Privées (RLP) de la région parisienne, Hit FM appartient à parité à l'UGC et à RSCG (Roux, Seguela, Caysac et Goudard). Hit FM est née le 15 janvier dernier et émet sur 100.6 mégahertz. La station couvre Paris et la région parisienne, et d'après un récent sondage IPSOS arrive parmi les RLP parisiennes, en 3e position après N.R.J. et R.F.M. Son potentiel d'auditeurs est estimé à environ 300 000.



Michel Luneau.

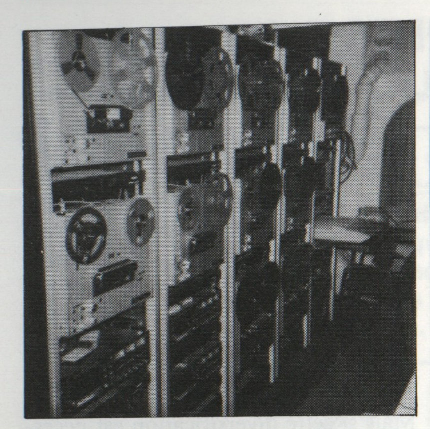
La station est dirigée par Michel Luneau, et c'est Jean Martinelli qui est son directeur de programmes. « La station, nous a déclaré ce dernier » émet 24 h sur 24. Mais ce qui la rend plutôt exceptionnelle c'est d'une part sa formule « music and movies » et d'autre part son automatisme intégral. Musique et cinéma sont en effet les deux mamelles de Hit FM. « Au départ », précise Jean Martinelli, « nous présentions les top 40 du hit parade du disque dans une formule empruntée aux Etats-Unis. Mais depuis nous avons élargi notre formule et présentons actuellement les 100 meilleurs disques du hit parade (qui comprennent environ 8 à 12 % de titres français). Notre programme comprend 90 % de musique et 10 % de cinéma. Le matin, de 7 h à 10 heures nous proposons deux informations cinéma par heure. Jusqu'à 16 heures, on passe à une information cinéma par heure et de 16 à 18 heures : deux. Après 18 heures et jusqu'à 23 heures, c'est le rythme horaire qui reprend. La nuit étant consacrée à la musique continue ».

ACTUALITÉ CINÉMA

« Nos bobinos cinéma », précise Jean Martinelli « durent en moyenne 2 minutes et ne dépassent jamais 3 minutes. Les bobinos sont produits ici, nous ne faisons appel à aucune régie. Ils sont réalisés par une rédactrice en chef, deux journalistes et une secrétaire de rédaction. Nous parlons des sorties de films, des films en tournage, des résultats chiffres (en collaboration avec *Le Film Français*) de ce qui se passe à la Cinémathèque, nous réalisons des interviews de comédiens, de spectateurs à la sortie des salles. Sans, est-il besoin de le préciser, accorder aucune préférence aux salles ou aux films UGC ».

« Au dernier Festival de Cannes nous avions un Studio au foyer des comédiens et 5 journalistes qui, deux fois par jour, transmettaient à notre studio de l'avenue du Général-de-Gaulle à Neuilly des bobinos par ligne P.T.T. spécialisée 10 000 hertz. Nous avons réalisé pendant le Festival de Cannes 70 interviews originales, couvert les conférences de presse, et nous avons servi une quarantaine de radios locales privées à travers toute la France. En tout 400 « Rendez-vous Cannes » réalisés par Hit FM ont été diffusés qui comprenaient également des critiques de films ».

« Hit FM organise également des avant-premières. Non seulement avec l'UGC mais aussi avec Walt Disney



Les studios automatiques de Hit FM.

(*Baby*) avec AAA (*La Diagonale du fou, A.K.*). Nous avons organisé l'avant-première de *Heavenly Bodies* de Lawrence Dane sorti le 26 juin ».

« Hit FM passe évidemment également de la publicité. Mais nous avons tenu », souligne Jean Martinelli « à ne pas tomber dans le piège des radios périphériques qui passent 13 minutes de publicité par heure. Nous nous sommes fixé un créneau de 3 minutes par heure, réparties en trois fois une minute. Ces messages publicitaires passent essentiellement entre 7 heures et 23 heures, leur régie est assurée par Régie A. Nous ne passons pas plus de publicité cinéma que les autres stations. Là encore, nous tenons à le souligner nous ne sommes pas au service de l'UGC : le circuit A traite évidemment avec tous les distributeurs. Le coût de la publicité est de 2 200 francs les 30 secondes, en moyenne ».

« Nous avons également des jeux, deux fois par jour, qui tournent autour du cinéma et dont les prix sont des places de cinéma ou des disques ».

Autre caractéristique de Hit FM : il n'y a pas d'animateur à l'antenne : tout est automatisé. C'est une impressionnante machine commandée par ordinateur, qui passe tous les programmes. Elle se compose de 6 magnétos qui passent les disques, 2 magnétos réservés aux bobinos cinéma, 2 magnétos publicitaires plus un auto river qui fait office de machine de secours, un « mouchard » qui vérifie les programmes qui passent à l'antenne pour la vérification publicitaire, 2 cassettes qui donnent l'heure, 2 cassettes qui passent le jingle d'identification de la station et la promotion interne de la station, et une cassette de musique « tampon » (en cas de « blanc »).

AUTOMATISME INTÉGRAL

Tout cela se déclenche tout seul grâce à un ordinateur Apple II et des U.C.M. (Unité de contrôle mécanique) Régis. Sans intervention humaine à l'antenne, Hit FM propose cependant en permanence 2 personnes qui répondent au standard, ont un cadran relié à l'ordinateur qui leur permet de savoir quels sont les disques présentés au moment où l'auditeur téléphone et une imprimante qui donne tous les renseignements sur les disques précédemment passés. Les standardistes donnent également des informations sur les films dont Hit FM a pu parler grâce aux publications spécialisées et en particulier au *Film Français*.

Hit FM, la RLP. Music and movies championne de l'automatisme emploie en tout et pour tout une programmatrice, 2 techniciens, une secrétaire, un chef d'antenne et trois standardistes.

Ginette Billard

MANCHETTE PUBLICITÉ : RADIO ET PRESSE

Manchette Publicité est une filiale du Groupe des Editions Philippe Amory et sa vocation initiale est d'être la régie publicitaire du *Parisien Libéré* et de *l'Equipe*. A ce département Presse est venu s'adjoindre un département Radios dirigé par Xavier de Fréminville et qui a actuellement 10 radios en régie. Avec 354 000 auditeurs dont 100 000 pour Angers 101 et 181 000 pour le Poste Parisien et Radio Bocal (sondage IPSOS mai 85), Manchette Publicité n'a pas de budget cinéma mais ne demande qu'à en avoir...



Xavier de Fréminville.

L'intérêt du Groupe des Editions Philippe Amory est d'avoir en régie des radios qui émettent sur les zones de distribution du *Parisien Libéré*. Ces zones sont situées à 80 % sur Paris, l'Ile-de-France et le Val-d'Oise. Le Groupe qui avait déjà localement des commerciaux pour le *Parisien Libéré* a proposé aux radios d'utiliser ces mêmes commerciaux. C'est ainsi que le régisseur du *Maine Libre* est aussi celui de Radio Maine, que celui du *Courrier de l'Ouest* est aussi celui d'Angers 101,...

RÉGIE LOCALE

Pour arriver à cette forme de régie locale, les régisseurs ont reçu une formation complémentaire par Xavier de Fréminville qui se charge quant à lui, de la publicité extra-locale, c'est-à-dire de la représentation sur Paris. Les 10 radios : Le Poste Parisien (Paris, FM :101), Radio Bocal (Nanterre, FM : 104.7), Radio Oxygène (Rambouillet, FM : 101.9), Compiègne FM (Compiègne, FM : 101.1), Horizon 60 (Beauvais, FM : 90.8), Fréquence 94 (Créteil, FM : 94.55), Super Musique (Claye-Souilly, FM : 104.25), Radio CSM (Senlis, FM : 90.1), Radio Maine (Le Mans, FM : 97.7), Angers 101 (Angers, FM : 101) sont toutes en régie locale et extra-locale. Manchette prend en charge toute la publicité, des ordres à l'enregistrement des cassettes et si besoin est de leur création. Les annonceurs sont principalement liés à la distribution (hypermarchés,...), les moyens commerces implantés localement, les garages et bien sûr la presse. Avec beaucoup d'invités, des émissions basées essentiellement sur la musique et les chansons, donnant une grande place aux auteurs et à leurs interprètres, Manchette Publicité précise que la radio est une activité complémentaire sans volonté d'expansion abusive. Manchette Publicité envisage son développement dans un souci de synergie avec ce qui existe au niveau du groupe localement. Pour Xavier de Fréminville, les deux pôles d'avenir de l'audiovisuel sont la FM et les télévisions privées en sachant que le secteur des radios va considérablement bouger avec de nombreuses restructurations et des bouleversements radicaux au niveau des leaders.

N. Buraud

MODULATION : MODULER LE CINÉMA

Modulation est une régie de radios locales qui a été créée par Avenir le premier afficheur français et Ofredia, une société de production son F.M. L'objectif affirmé en est de permettre aux agences et aux annonceurs d'utiliser les 128 stations qu'elle a en régie comme des supports fiables, efficaces et simples. Deux arguments principaux pour ce faire : démontrer l'audience des 128 stations en exploitant un processus d'étude spécifique aux radios locales et assurer la sécurité de l'utilisation de ce support en mettant en place un système de contrôle permanent. Surtout, Modulation a créé des modules d'exploitation publicitaire adaptés aux besoins des annonceurs dont un spécialement consacré au cinéma. Ces modules sont destinés à mettre en corrélation étroite la cible de l'annonceur et l'audience des stations concernées.

Le module cinéma comporte une sélection de radios locales privées sur les agglomérations de plus de 400 000 habitants, hors région parisienne. Ces villes ont été sélectionnées en fonction de leur importance démographique et de leur situation privilégiée dans le réseau de distribution exclusivité de province.

TROIS TYPES DE CAMPAGNES

L'idée de départ se fonde sur le contrat que les stations que Modulation a en régie diffusent quasiment toutes des émissions cinéma hebdomadaires voire quotidiennes dans certains cas. Les responsables de modulation ajoutent « l'audience du cinéma est une audience jeune ; or, on le sait, les radios locales sont le support privilégié pour toute campagne ciblée sur les jeunes ». Enfin, leur dernier argument consiste à dire que les radios locales, grâce à leur souplesse, permettent d'assurer une présence plus ou moins forte selon les jours de fréquentation des salles dans la semaine. Le module cinéma de Modulation est ainsi sur 8 agglomérations de plus de 400 000 habitants, 5 jours dans la semaine sur deux tranches horaires prioritaires (forte écoute jeune), 7 heures/9 heures, 17 heures/20 heures 30.

Trois types de campagne ont été

mis sur pied, baptisés « pressions ». Pression 1 correspond à des campagnes publicitaires cinéma d'entretien (3 à 4 semaines après la sortie). Cette première formule est destinée à être utilisée dans le cadre d'une complémentarité de plan média. Pression 2 est destinée à s'adapter à des campagnes d'entretien précédées d'un effort massif de lancement. Enfin Pression 3 est conçue pour assurer une pression optimale sur les stations du réseau au moment du lancement du film, dans les jours qui précèdent et dans ceux qui suivent immédiatement sa sortie.

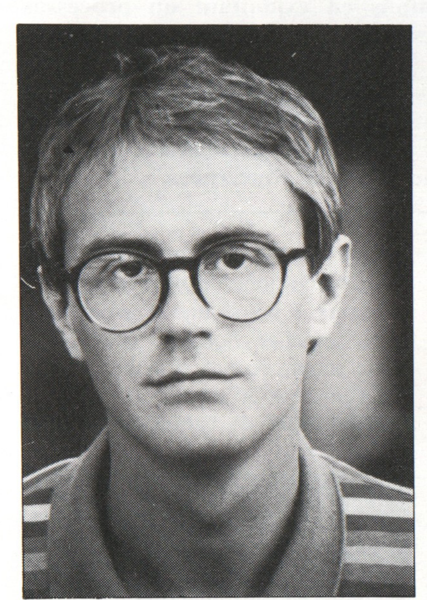
Modulation donne une estimation budgétaire de son module cible cinéma – plan Pression 1 : 16 messages de 30'' sur 19 stations, 175 000 francs ; – plan Pression 2 : 22 messages de 30'' sur 19 stations, 250 000 francs ; – plan pression 3 : 27 messages de 30'' sur 19 stations, 300 000 francs. Les agglomérations concernées sont par ordre d'importance démographique Lyon, Marseille, Lille, Bordeaux, Toulouse, Nantes, Toulon, Nice ; c'est à dire pour ces 9 villes 5 770 000 habitants, 490 salles et 19 stations. « Bien-sûr, ajoute Jacqueline Alain, directrice commerciale, la totalité des stations que nous avons en régie peut être utilisée pour une campagne publicitaire ».

CRÉER D'AUTRES FORMES DE PROMOTION

Catherine Grive, directrice des études, a tenu à préciser en conclusion qu'elle réfléchit avec Ofrédia à une nouvelle formule de promotion fondée sur la distribution de cassettes-émissions toutes faites sur le cinéma qui seraient envoyées aux stations aux fins de diffusion. « Une formule intéressante, précise-t-elle, tant pour les annonceurs que pour nous ».

NETWORK F.M. UNE DIVERSIFICATION NÉCESSAIRE

Philippe Dalbin (Network FM) a été un des premiers à voir les possibilités qu'offrait au cinéma le développement des radios privées locales. Dès 1980, il s'était constitué un catalogue d'une cinquantaine de radios et démarchait les distributeurs en leur proposant de distribuer à ces radios des cassettes sur leurs films. Ces derniers ne comprirent pas tout de suite l'intérêt de ce marché et CIC et son agence Lumière fut avec *Grease II* son premier client. C'est aujourd'hui toujours le principal client de Network FM. En février dernier, Philippe Dalbin s'est associé avec Bayard Presse afin de diversifier son activité.



Philippe Dalbin.

Quand à ses débuts, Philippe Dalbin a démarché les distributeurs avec son fichier de radios locales, il est tombé de haut. Il s'attendait à plus d'enthousiasme de leur part. Il ne rencontra que scepticisme. Aussi se tourna-t-il vers le monde de l'édition où il rencontra plus de succès. Mais passionné de cinéma, il continuait cependant à prospecter dans ce domaine. Il rencontra Philippe Hanoka à l'agence Lumière que venait de créer CIC. Ce dernier vit tout de suite l'intérêt de ce marché des radios locales. Il fut le premier client de Network FM. Il ouvrit la brèche ; les autres distributeurs suivirent. Network a travaillé depuis notamment pour Parafrance (*Rue Barbare, Signé Charlotte*) mais CIC reste son principal client. Il a réalisé des cassettes sur tous leurs derniers films : *That's dancing, Glenn Miller story, Mask* et *Witness.*

300 RADIOS

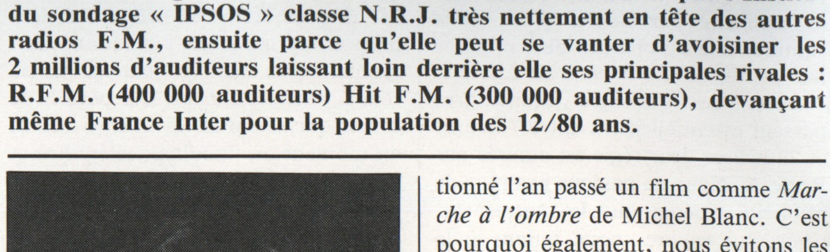
Actuellement Network FM sert 300 radios (toutes les radios des grandes villes de province, une sélection de radios de villes moins importantes et une cinquantaine de radios parisiennes dont la Voix du Lézard, Solidarité...) pour un budget de 35 000 à 50 000 F., et un réseau plus réduit de 160 radios pour les petits budgets (16 000 F).

A ces radios, Network FM propose une cassette audio comprenant 2 spots de 30 secondes, 3 clips de une minute et demi et une bande-émission de 6 à 8 minutes présentée sous deux formes : mixée et prête à la diffusion ou en kit (les interviews et la musique sont présentées séparément, la radio pouvant mixer sa propre émission). La tendance depuis quatre ans est de réduire la durée des émissions afin de permettre aux radios d'en diffuser plusieurs. Les spots sont également très diffusés par les radios locales de province qui, bien que la publicité soit aujourd'hui autorisée, les diffusent gratuitement pour dynamiser leurs émissions. En effet, en province la publicité locale est à la charge de l'exploitant qui ne rémunère pas l'information cinéma sur les radios contrairement à Paris où dans certains plans médias il est prévu des campagnes sur les principales radios privées (Energie, 95.2...). Affiches du film, dossier de presse, autocollants complètent l'envoi. Les cassettes sont conçues soit par Network FM elle-même soit par « 1984 Production » (Alain Serror). Mais c'est Network seul qui en assure la diffusion auprès des radios qui doivent envoyer un justificatif de la diffusion de la cassette.

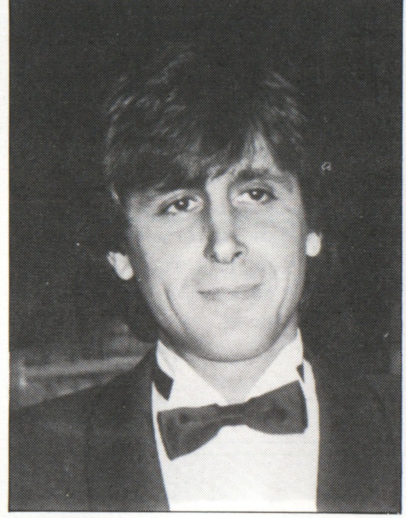
Depuis février dernier Network FM est en société avec deux partenaires : Béatrice Revol (qui s'occupe du département livres) et Bayard Presse. Cette association permet à Network FM d'avoir une structure plus importante et lui permet également de diversifier ses produits. Ainsi ils viennent de réaliser des émissions d'information générale : par exemple *Les métiers de demain* ou *Le Guide fiscal 85* qui connut un gros succès au moment de la déclaration d'impôts ! Mais si cette diversification est nécessaire sur un plan économique, il reste que pour Philippe Dalbin, c'est le cinéma qui l'amuse le plus.

M.-C. A

N.R.J... AVEC UN « J » COMME JOIE



N.R.J. n'est pas une radio libre comme les autres. D'abord parce que tous les sondages et notamment le dernier en date réalisé par l'Institut du sondage « IPSOS » classe N.R.J. très nettement en tête des autres radios F.M., ensuite parce qu'elle peut se vanter d'avoisiner les 2 millions d'auditeurs laissant loin derrière elle ses principales rivales : R.F.M. (400 000 auditeurs) Hit F.M. (300 000 auditeurs), devançant même France Inter pour la population des 12/80 ans.



Max Guazzini.

A N.R.J., le Général en chef « cinéma » c'est Max Guazzuni secrétaire général de la station chargé entre autre de démarcher la pub cinéma et d'organiser les opérations « cinéma » de l'antenne. Une démarche qui tourne essentiellement autour de l'organisation des nombreuses avant premières . « L'an dernier par exemple nous avons pratiquement « lancé » tous les grands succès *(Amadeus, Les Spécialistes, Vive les femmes, Urgence, etc...)*. Cette mode des avant premières (souvent organisées avec « Pariscope »), c'est nous qui l'avons lancée. Depuis tout le monde fait la même chose... ». Pourtant tout en vivant du « Sponsoring » N.R.J. choisit ses films. Le choix se fait en fonction d'un profil que Max Guazzuni définit ainsi : « N.R.J. c'est le plaisir, le rêve ; l'évasion, la joie..., une radio très musicale avec des auditeurs jeunes (12 à 40 ans) et très populaire : c'est pour cela d'ailleurs que nous avons promotionné l'an passé un film comme *Marche à l'ombre* de Michel Blanc. C'est pourquoi également, nous évitons les émissions sur le cinéma valorisant plutôt la musique. Ce qui n'exclut pas de très fréquents « flashes » cinéma ». Fort d'une telle formule les distributeurs se sont tournés vers N.R.J. Cette année encore N.R.J. organisera dès la rentrée les avants-premières et la promotion de *Police Academy II, Breakfast club, La blessure, Dangereusement votre* (le nouveau James Bond) etc...

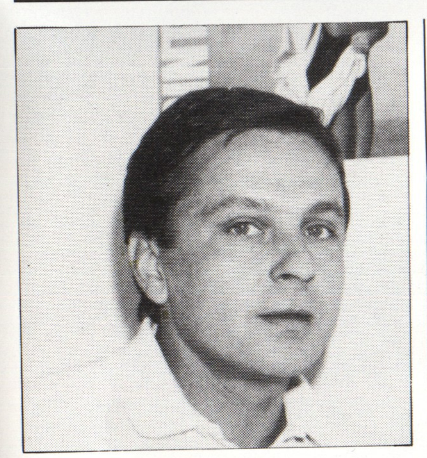
GRANDS DISTRIBUTEURS

On peut donc affirmer qu'à de trés rares exceptions, tous les grands distributeurs recourent ou ont recouru avec satisfaction au support qu'offre N.R.J. « Michèle Cotta, souligne Max Guazzuni, nous a récemment affirmé que le sponsoring en matière de spectacle et de cinéma était tout à fait légitime ; où les distributeurs pourraient-ils donc promouvoir leurs films mieux que chez nous, les chaînes télévisées d'Etat étant fermées à la publicité cinéma ? ». Et Max Guazzuni de conclure : « nous allons à partir de cette année être présent « physiquement » dans plusieurs films (Cf. *Spécial police* de Michel Vianey, « *Les allume-tête* » de Patrick Schulmann, *Moi vouloir toi* de Patrick de Wolf...) et venons de déposer sur le bureau de Laurent Fabius un projet (avec Gaumont) de télévision musicale à vocation nationale, financée entièrement par la publicité qui pourrait démarrer dès la fin de l'année. C'est dire si à N.R.J. nous ne nous endormons pas sur nos lauriers »... Qui s'en plaindrait ?...

J.-P. B

PROMO RADIO/RÉGIE 20 : LA RADIO DU SUD-OUEST

Régie 20 est l'antenne parisienne de Promo Radio , régie publicitaire de Bordeaux qui couvre le Sud-Ouest de la France. « C'est parce que cette région avec la Bretagne, est privée en partie ou en totalité (à partir de Bordeaux) des radios périphériques que Régie 20 se situe comme la réponse marketing pour les annonceurs parisiens désireux de toucher 20 % de la population à travers les 15 radios locales », explique Bruno Lameignère, directeur de Régie 20.



Bruno Lameignère.

La fonction des radios est de faire du local voire du régional », souligne-t-il. « Promo radio, installé à Bordeaux est l'émanation du groupe des quotidiens du Sud-Ouest. A ce titre, Promo Radio couvre les 15 radios locales de la Rochelle à Hendaye et assure la fonction régionale de régie ». Régie 20 a donc profité de la structure commerciale de Promo Radio pour vendre sur Paris, tout en appliquant une politique destinée à Bordeaux, une radio : celle du Sud-Ouest.

En Bretagne, c'est Régie Onde Fréquence, suivant la même stratégie, qui couvre les 15 radios locales. « La façade Atlantique est en terme commercial le désert des ondes longues, n'étant peu ou pas touchée par les radios périphériques : Europe 1 et R.T.L. ne garantissent qu'une petite pénétration. R.M.C. est un peu mieux captée, de par sa situation géographiques plus proche, et Sud Radio commence à peine son implantation sur Bordeaux », ajoute Bruno Lameignère.

15 RADIOS LOCALES

Parmi les 15 radios locales suivies de Paris par Régie 20, citons Radio Continent Oléron (Oléron), Radio Littoral (La Rochelle), Fréquence 96 (Royan), Radio Alizée (Arcachon), Radio Navarre (Bayonne, St-Jean-de-Luz), Radio 100 et Radio Angora (Bordeaux).

« A travers ces radios, les annonceurs pourront enfin toucher le Sud-Ouest dans sa globalité. Pour ce faire, il leur suffit de réserver une petite part de leur budget jusque là bloqué aux seules radios périphériques. Le Sud-Ouest est donc offert en complémentarité, complémentarité non négligeable quand on sait que cette région représente 20 % de la population française ».

S.D

LA GRIFFE 95.2

Au dernier sondage organisé par IPSOS/Energie, 95.2 se classe en 4e position de la FM parisienne. Malgré une légère baisse de son taux d'écoute, elle reste sans doute une des radios les mieux ciblées pour le cinéma, la qualité de son auditoire compensant l'écart quantitatif avec ses rivales, NRJ en particulier. En effet l'éventail de ses auditeurs étant plus large, 95.2 touche un public dont le pouvoir d'achat est plus élevé et les goûts plus éclectiques, allant du cinéma grand public au cinéma art et essai. C'est Monique Bernard et Charles-Philippe Dulac qui sont en charge du cinéma sur 95.2.

Le cinéma sur 95.2 concerne trois domaines : l'information, la promotion et la publicité. En matière d'information, 95.2 consacrait jusqu'à présent une chronique critique quotidienne de 1 minute à 1 minute 15. Mais aujourd'hui les responsables sont à la recherche d'une nouvelle formule de présence du cinéma plus originale et qui soit propre à la FM. Cette nouvelle formule actuellement à l'étude sera mise sur pied à la rentrée. Monique Bernard pense notamment à une information sur les films en amont de leur fabrication, au moment du tournage, le public étant saturé d'informations au moment de la sortie, mais friand d'anecdotes de tournage, de chiffres, etc...

AVANT-PREMIÈRES HEBDOMADAIRES

Deuxième façon d'aborder le cinéma : la promotion. C'est notamment l'organisation d'avant-premières qui sont à 95.2 hebdomadaires. La demande des distributeurs est toujours importante malgré une certaine banalisation de la formule. 95.2 choisit les films qu'elle promotionne ainsi, en fonction de son auditoire. Mais en général un distributeur sait s'il est bon ou pas pour son film de bénéficier d'une avant-première. Les dernières opérations organisées par 95.2 : *Le baiser de la femme araignée, Rendez-vous, Détective, Parking, Terminator, Le Consul, Extérieur nuit.* Mais là encore on souhaite à 95.2 renouveler la formule qui s'est un peu usée. Dans le cadre de sa propre promotion et de celle du cinéma, 95.2, quand le scénario s'y prête, peut parrainer un film. Elle a ainsi participé au tournage de *Parking,* le concert d'Orphée (incarné par Francis Huster) au Zénith étant parrainé par la radio.



Charles-Philippe Dulac.



Monique Bernard.

Troisième volet enfin : la publicité. L'ouverture de la publicité sur les radios privées locales a assaini les rapports de la FM avec les distributeurs. Et là encore la FM devient un support non négligeable pour des distributeurs puisqu'elle touche un public essentiellement de jeunes. La spécificité de l'auditoire de 95.2 lui permet d'intéresser particulièrement les annonceurs cinéma. Ainsi par exemple lorsque *La Diagonale du fou* a obtenu l'Oscar du meilleur film étranger, c'est 95.2 que son distributeur a choisi pour une campagne de relance. 95.2 propose une campagne-type de 64 messages de 30 secondes sur huit jours (coût 60 000 F.). Mais ces campagnes peuvent être plus réduites ou plus longues selon le budget du distributeur. Si le distributeur le souhaite, le film peut être vu par les animateurs de la radio qui peuvent en parler librement dans leurs émissions.

Donc rendez-vous à la rentrée avec la nouvelle grille de 95.2.

M.-C. A

RADIO MONTMARTRE : RADIO RÉTRO

Guy Noël, créateur et directeur de Radio Montmartre, est un homme heureux... Pas de problème de ciblage, pas plus que d'auditoire ou de concurrence ! Le sondage IPSOS de mai 85 met en relief la très grande spécificité de Radio Montmartre : seule station de la région parisienne qui effectue une percée auprès du public des plus de 40 ans appartenant à des catégories socio-professionnelles telles que cadres, professions libérales, fonctionnaires,... Il faut dire que Guy Noël et son équipe ne sont pas des nouveaux venus de la radio : Roland Forez, Jacques Borel, Roger Brécourt, Jacques Trémolo, Daniel Sabatier, Georges Jouvin. En moyenne 20 ans de carrière pour chacun et de nombreux projets : télévision, magazine,...

Le Président de Radio Montmartre, André Verdavainne, est responsable depuis de longues années de l'administration et des finances de la Compagnie Internationale de Radiodiffusion, de Télévision, d'Enregistrement et de Sonorisation (CIRTES). Cette société qui abrite Radio Montmartre depuis sa création en 1981, a travaillé durant 17 ans pour l'ORTF et a des intérêts dans des radios et des télévisions extérieures à la France, elle réalise également de nombreux programmes radio et télévision.

« UNE CERTAINE CLASSE »

24 heures sur 24, Radio Montmartre se consacre à la défense du patrimoine de la chanson française, elle a d'ailleurs reçu pour ce travail la Médaille d'Or de la SACEM. Le créneau définit par Guy Noël est clair : des auditeurs qui ont un réel pouvoir d'achat et qui peuvent par ailleurs répondre aux diverses « animations » organisées par Radio Montmartre telles que six thés dansants par semaine, promenades en péniche, soirées hebdomadaires, croisières,... Alors, bien

HIT FM 100.6 L'ONDE

Personne à contacter : Circuit A FM. Michel CLÉREMPUIY. Tél. : 766.03.85.

QUI GAGNE



300.000 AUDIO-SPECTATEURS

*HIT FM 100.6, c'est la radio qui monte.
3 mois après sa création, elle est déjà 3e de sa catégorie.
Un record !
Et HIT FM c'est la radio des fêlés de cinéma.
Il y en a 300.000 à l'écoute, tous des fans,
300.000 prêts à se ruer sur les grands écrans quand on leur
annonce la sortie d'un nouveau film.
Alors à bon producteur, à bon distributeur, salut.*

ELLE A LE TYMPAN TUBE.



Guy Noël

entendu la publicité est, elle aussi, facilement ciblée et payée à un bon prix : bains thermaux, fourrures, voyages... « et non de la lessive » comme le précise Guy Noël. En clair, défendre une image de marque, conserver une « certaine classe » !

Après avoir essayé des régies comme Havas, Radio Montmartre a décidé de s'occuper de sa publicité et visiblement n'en souffre pas. Environ 40 messages publicitaires sont diffusés par jour, à un rythme raisonnable de quatre maximum par heure et sans être guillotinés par le chrono... donc les clients sont contents. Toutefois, pas de publicité cinéma pour l'instant. Guy Noël a le désir d'une rubrique « films français » qui serait réalisée avec le concours de professionnels. Une expérience positive existe déjà avec les théâtres : en échange d'annonces, des places gratuites sont offertes aux auditeurs. Qui dit musique et chanson dit aussi musique de films et on peut en entendre beaucoup sur Radio Montmartre grâce à la collection de Guy Noël qui ne comprend pas moins de 40 ans de musique de films. Côté projet, cette radio qui se veut « apolitique et inconfessionnelle » voudrait racheter des stations de grandes villes de province où sa clientèle existe potentionnellement comme à Paris et sans plus de concurrence. Des projets télévision sont également à l'ordre du jour puisqu'une demande a été déposée pour « Télé Montmartre » qui ferait le même travail que la radio : sous la forme d'un ciné-club permanent, des programmes de films français rétros avec la participation d'auteurs, d'acteurs,... chers aux amateurs.

La CIRTES et son hôtel particulier sur la Butte abritent huit studios d'enregistrement ainsi qu'un studio de doublage de films.

RADIO MONTMARTRE MAGAZINE

Enfin, l'édition depuis le 15 juin de *Radio Montmartre magazine,* mensuel vendu en kiosque ou par abonnement et qui donne à ses lecteurs tous les programmes de la radio ainsi que le détail des différentes activités parallèles de Radio Montmartre. C'est donc dans le plus grand optimisme que Radio Montmartre prend la cinquième place du sondage IPSOS avec un taux d'écoute qui oscille entre 600 000 et un million d'auditeurs.

N. Buraud

RÉGIE PLUS : LES RADIOS JUIVES DE FRANCE



Mr. Rosavitch.

Depuis la création de Radio J le 17 juin 1981, 12 radios juives se sont créées dans toute la France, réunisant environ 650 000 auditeurs et constituant à ce titre le premier réseau de radio thématique en France. Fait intéressant, si la majorité des auditeurs des radios juives appartient à la communauté juive de France, les radios juives ont réussi à se gagner de trés nombreux auditeurs non-juifs, puisque ces derniers constituent environ 40 % de leur audience totale. Fidélisation extrême de l'auditoire, proportion importante de membres des professions libérales et de cadres supérieurs, concentration dans la Région Parisienne et le Midi de la France, tels sont quelques uns des atouts dont disposent les radios juives de France qui ont décidé l'année dernière de confier à une régie publicitaire unique, Régie Plus, le soin d'assurer la liaison avec les annonceurs. En ce qui concerne le cinéma, c'est évidemment des films au contenu très spécifique qui ont donné lieu à des opérations promotionnelles sur les radios juives. Citons : *Au nom de tous les miens* (CIC), *La barque est pleine* (AAA). *Au delà des murs* (Warner), *Shoah* (Parafrance) ou encore *Le journal d'Ann Franck* au Théâtre Mogador.

P.R

RFM : LA RADIO A L'AMÉRICAINE

Le récent sondage Ipsos/NRJ, première vague d'une série d'enquêtes très attendues dans le milieu de la FM, place RFM en seconde position du BO des radios privées locales. Pourtant, la radio que dirige Patrick Meyer a connu une période de plus d'un an de brouillage, qui lui a fait perdre sa place de leader et accumuler un retard difficile à rattraper. Aujourd'hui, l'objectif de RFM est de revenir en toute première place et pour ce faire de se mobiliser pour trouver en tout premier lieu un confort d'écoute égal à celui de son concurrent direct NRJ.



Patrick Meyer.

« Le problème actuel posé à RFM n'est pas celui du contenu de la radio », explique Patrick Meyer, « mais celui de notre mauvaise fréquence sur Paris. Au lancement de RFM, nous avons fait le choix de nous installer en Banlieue, afin de toucher et la Capitale et la périphérie. Mais depuis nous nous sommes retrouvés véritablement coincés sur la bande FM, et notre fréquence nous pose un véritable problème d'écoute. De plus, nous avons subi 423 jours de brouillage entre le 5 novembre 81 et le 31 décembre 82. Plus d'un an de perdu au moment même où il fallait asseoir une position instable. Les moyens sont alors allés à NRJ qui a profité de l'occasion pour prendre la première place. Cette année d'interruption nous a posé bien sûr des problèmes de gestion et de survie. Notre objectif est maintenant de reconquérir notre première place et dans un premier temps nous mobiliser pour trouver une nouvelle antenne, de nouveaux studios afin d'atteindre une qualité d'écoute égale à NRJ ».

Sur le contenu de RFM, Patrick Meyer continue sa politique de radio à l'américaine. « RFM est la radio du divertissement », souligne-t-il, « qui se compose à 75 % de musique et à 25 % de news (flash info, micro magazines...). La part donnée à l'information a été réduite. Au départ, notre formule était « Music and news ». Mais si j'ai toujours été fier de nos efforts de recherche sur l'information, je ne veux pas tomber dans le piège de la « surinformation ».

Le système adopté aujourd'hui est plus proche de l'information synthétique, de mini magazines, etc... ».

SPOTS DÉTONNATEURS D'INTÉRÊT

Le cinéma est, au même titre que les autres sujets abordés par RFM, traité par spots détonnateurs d'intérêt : trois interventions de trois à quatre minutes par semaine. « Nous avons été les premiers à croire au jumelage ciné/FM et les premiers à promotionner notre radio par le biais du cinéma », ajoute Patrick Meyer. C'est Michel Tixier qui couvre le domaine cinéma. Trois emissions donc, réparties autour du week-end : le vendredi à 17 h, pour le film du vendredi soir, le samedi à 17 h présentation du film à voir pendant le week-end et le dimanche à 20 h, plus ciblé cinéphiles, et pour ceux qui vont au cinéma le lundi soir afin de profiter de la réduction du tarif des places.

« RFM ne dispose encore que d'une petite enveloppe cinéma, tant au niveau du temps que de l'argent, mais j'espère pouvoir développer ce secteur dès la rentrée ».

Le premier souci de Michel Tixier est de donner une image exacte des films qu'il traite. « Je ne fais pas de critiques à proprement parler, souligne-t-il. Ce principe est à mon avis périmé. La critique n'est intéressante que dans le cadre d'un débat, à l'image du « Masque et la plume », où un Jean-Louis Bory était confronté à un Georges Charensol. J'essaie pour ma part de trouver un juste équilibre, un moyen terme entre la « loi Cinéchiffres » et le contraire ».

COUSINAGE AVEC HIT FM

A l'encontre des autres radios locales, RFM n'organise plus d'avants-premières. La promotion des films se fait par des feuilletons radio à partir d'éléments sonores de films, afin de labéliser en quelques sortes le film de la semaine.

Michel Tixier était présent à Cannes et couvrait le festival à deux reprises dans la journée (9 h 30 et 19 h) dans son émission intitulée « Le palmier d'or de la radio couleur ». Pour le festival du Grand Rex, RFM sera également présente.

De son côté Patrick Meyer est conseiller technique à Hit FM (Jean Martinelli). Encore une preuve de son intérêt pour le cinéma.

S.Dacbert.

RESULTATS PARIS PERIPHERIE

26.6 au 2.7.85

CLASSEMENT FILMS

1	LA FORET D'EMERAUDE(1ère s)	145 878
2	GROS DEGUEULASSE(1ère s)	82 308
3	LA ROSE POURPRE DU CAIRE(5ème s)	58 732
4	LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(1ère s)	58 495
5	WITNESS(6ème s)	52 924
6	MOONRAKER(1ère s rep)	35 579
7	PORTES DISPARUS(3ème s)	31 986
8	Y'A T'IL UN PILOTE DS L'AVION?(1ère s rep)	31 215
9	ESCALIER C(4ème s)	25 242
10	LES JOURS ET LES NUITS DE CHINA BLUE(2ème s)	23 167
11	48 HEURES(2ème s rep)	20 680
12	LA CAGE AUX FOLLES(3ème s rep)	19 989
13	LE BAL DES VAMPIRES(1ère s rep)	16 292
14	BIRDY(7ème s)	15 168
15	MASK(5ème s)	13 830

CLASSEMENT ART ET ESSAI

1	VISAGES DE FEMMES(1ère s)	12 352
2	CHOOSE ME(2ème s)	7 120
3	EXTERIEUR NUIT(2ème s rep)	6 646
4	LA FEMME ET LA PANTIN(2ème s rep)	4 047
5	GUERRE ET PAIX(1ère s rep)	3 236
6	NOSTALGHIA(5ème s)	2 971
7	LES ENFANTS(5ème s)	1 677
8	FOX:50ème ANNIVERSAIRE(11ème s rep)	1 418
9	LA FEMME MODELE(6ème s rep)	1 080
10	PSYCHOSE(9ème s rep)	988
11	SHOAH(9ème s)	960
12	LA MAISON ET LA MONDE(11ème s)	908
13	MACAO(1ère s rep)	864
14	SAUVE QUI PEUT(1ère s rep)	656
15	ASSOIFFE(4ème s)	511

CLASSEMENT FILMS

1	KINOPANORAMA(LA FORET D'EMERAUDE)1ère s	13 921
2	REX(LA FORET)1ère s	11 128
3	BRETAGNE(LA FORET)1ère s	10 536
4	MARIGNAN PATHE(LA FORET)1ère s	8 547
5	GAUMONT CH.ELYSEES(LA ROSE POURPRE)5ème s	8 162
6	MONTPARNASSE PATHE(LES ANGES SE FENDENT)1ère s	7 499
7	UGC DANTON(LA FORET)1ère s	6 860
8	MARIGNAN PATHE(LES ANGES)1ère s	6 803
9	PUBLICIS ELYSEES(LA FORET)1ère s	6 723
10	WEPLER PATHE(LA FORET)1ère s	6 308
11	FRANCAIS PATHE(LA FORET)1ère s	6 187
12	UGC BOULEVARD(GROS DEGUEULASSE)1ère s	5 622
13	MONTPARNASSE PATHE(LA FORET)1ère s	5 490
14	UGC BIARRITZ(GROS DEGUEULASSE)1ère s	5 328
15	IMPERIAL PATHE(LES ANGES...)1ère s	5 097

RESULTATS COMPARES

	CETTE SEMAINE	SEMAINE PREC.	SEMAINE CORRESP 1984
NBRE SALLES PARIS	406	404	391
NBRE ENTREES PARIS	669 543	637 537	517 145
NBRE SALLES PERIPH	190	188	183
NBRE ENTREES PERIPH.	213 834	177 163	131 918
NBRE TOTAL ENTREES	883 377	814 700	649 063
NBRE FILMS	110	106	112
NBRE FILMS FRANCAIS	36	35	40
NBRE ENTREES FILMS FR.	213 775	194 232	182 721
% ENTREES FILMS FR.	25%	24%	28%
% ENTREEES FILMS ETR.	75%	76%	72%

	Salles Paris	Entrées Paris	Total	Salles Périphérie	Entrées Périph.	Total	Total Hebdo	Total à ce jour
ADIEU BONAPARTE Amlf 78è								
	Gaumont Colisée	891						
	Cluny Palace	1 321	2 212				2 212	52 184
A.K AAA 6è								
	Reflet Logos	216	216				216	2 451
AMADEUS Amlf 35è								
	George V	1 582						
	Vendôme Opéra	1 637						
	Parnassiens	904						
	Lucernaire	355	4 478				4 478	1 265 332
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE Fox 1ère								
	Marignan Pathé	6 893		Belle Epine Pathé	2 500			
	Clichy Pathé	3 318		Pathé Champigny	2 258			
	Montparnasse Pathé	7 499		Cyrano Versailles	2 856			
	Impérial Pathé	5 097		4 Temps	1 700			
	Quintette Pathé	2 658		C2LSt Germain	2 006			
	Convention St-Charles	1 837		Rex Poissy	1 283			
	LaBastille	2 068		Vélizy	2 634			
	Forum Cinémas	2 257		Méliés Montreuil	856			
	Capri	1 120		Alpha Argenteuil	1 219			
	St Lazare Pasquier	1 446		Français Enghien	3 274			
	Fauvette	2 651	36 844	Club Colombes	1 065	21 651	58 495	58 495
APOCALYPSE NOW Amlf Rep. 3è								
	Publicis Elysées	2 252						
	Gaumont Berlitz	1 662						
	Action Rive Gauche	942						
	Bienvenue Montparnasse	1 882						
	Calypso	406	7 144				7 144	48 114
L'AS DE PIQUE Atalante Rep. 4è								
	Studio 43	331	331				331	2 260
ASPERN Diagonale Diff. 1ère								
	Studio 43	415	415				415	415
ASSOIFFE Films S.F. 4è								
	St André des Arts	511	511				511	5 601
AUTANT EN EMPORTE LE VENT Cic Rep. 11è								
	Reflet Balzac	805						
	Capri	569	1 374				1 374	100 807
L'AVENTURE DES EWOKS Fox 21è								
	St Ambroise	301						
	Gd Pavois	143	444				444	89 220
BABY Disney 7è								
	Napoléon	1 204	1 204				1 204	94 454
LE BAISER DELA FEMME ARAIGNEE AAA 4è								
	Ugc Biarritz	1 361						
	Ugc Odéon	1 362						
	Ciné Beaubourg	1 339						
	Olympic St-Germain	804						
	Pagode	1 079						
	14 jt Bastille	892						
	14 Jt Beaugrenelle	681	7 518				7 518	62 588
LE BAL DES VAMPIRES Cic Rep. 1ère								
	George V	2 097		Roxane Versailles	830			
	Français Pathé	1 843		Vélizy	1 079			
	Hautefeuille Pathé	1 669		Français Enghien	1 012			
	14 Jt Beaugrenelle	1 091		Belle Epine Pathé	962			
	Parnassiens	2 070		Conti Isle Adam	343			
	Forum Cinémas	1 367						
	Fauvette	1 113						
	Images	816	12 066			4 226	16 292	16 292
LE BEBE SCHTROUMPF Dagobert 29è								
	Templiers	85		Jacques Prévert Epinay	115			
	Grand Pavois	77						
	Boite A Films	101	263			115	378	161 243
LA BELLE ET LE CLOCHARD DIsney Rep. 15è								
	Napoléon	1 355	1 355				1 355	399 971
BIRDY Warcol 7è								
	Marignan Pathé	3 593		4 Mousquetaires	360			
	Parnassiens	1 823		Cyrano Versailles	910			
	Montparnasse Pathé	1 968		C2L St Germain	795			
	Français Pathé	1 621		Conti Isle Adam	505			
	Hautefeuille Pathé	2 074						

RESULTATS PARIS PERIPHERIE

	Forum Cinémas	1 519	12 598			2 570	15 168	190 403
BOSTONIANS Acacias 10è								
	Reflet Logos	519	519				519	43 656
BRAZIL Fox 19è								
	Parnassiens	1 230	1 230				1 230	251 199
BROADWAY DANNY ROSE Parafrance Rep. 4è								
	Panthéon	413	413				413	1 782
LA CAGE AUX FOLLES Cic Rep. 3è								
	Ugc Ermitage	2 568		Belle Epine Pathé	1 076			
	Ugc Montparnasse	1 921		Roxane Versailles	729			
	Ugc Convention	1 116		4 Temps	603			
	Rex	1 333		Rex Poissy	457			
	St-Michel	1 313		Vélizy	1 068			
	Ugc Boulevard	1 811		Artel Nogent	791			
	Ugc Gare de Lyon	625		Artel Villeneuve	326			
	Ugc Gobelins	989		Buxy	517			
	3 Secrétan	651		Club Colombes	707			
	Mistral	830						
	Athéna	558	13 715			6 274	19 989	85 178
CHALEUR ROUGE Eurogroup 2è								
	Lumière	664						
	Maxéville	689						
	Clichy Pathé	830	2 183				2 183	8 832
CHOOSE ME Acacias 2è								
	Paramount Mercury	2 115						
	Paramount Marivaux	543						
	Paramount Montparnasse	951						
	Paramount Odéon	1 712						
	Forum Cinémas	932						
	Action Lafayette	516						
	Olympic Entrepôt	351	7 120				7 120	18 730
COCAINE Amlf 2è								
	Marignan Pathé	1 457		Louis Jouvet Chatou	168			
	Clichy Pathé	905		Carrefour Pantin	427			
	Impérial Pathé	733		Belle Epine Pathé	533			
	Ciné Beaubourg	550		Cyrano Versailles	563			
	St Germain Studio	488		Français Enghien	736			
	Maxéville	787		Gaumont Evry	577			
	Fauvette	493		Gaumont Ouest	312			
	Gaumont Convention	401		Ciné Robespierre Vitry	161			
	Montparnos	886						
	Gaumont Gambetta	607	7 307			3 477	10 784	40 415
COLOSSALE DEBAUCHE..Cinevog 1ère								
	Brooklyn	2 191						
	Cienvog St Lazare	2 457						
	Pathé Journal	1 918	6 566				6 566	6 566
LE CONSUL Ugc 3è								
	Ugc Biarritz	1 918						
	Ugc Odéon	1 258						
	Calypso	124	3 290				3 290	29 751
COTTON CLUB Gaumont 26è								
	Contrescarpe	391	391				391	552 481
DEBAUCHES ANALES Auroch 2è								
	Cinevog Montparnasse	1 398						
	Cinevog St Lazare	1 101	2 499				2 499	13 627
LA DECHIRURE Warcol 20è								
	Publicis Matignon	610						
	Cinoche	443						
	Opéra Night	212	1 265				1 265	763 588
DEFONCE-MOI.. Cinevog 3è								
	Cinevog St Lazare	460	460				460	9 634
DESIDERIO Gaumont 1ère								
	Monte Carlo	2 767						
	St Germain Village	2 115						
	Lumière	1 587						
	Fauvette	757						
	Parnassiens	1 944	9 170				9 170	9 170
DETECTIVE AAA 8è								
	Studio Cujas	647	647				647	137 121
LA DIAGONALE DU FOU Gaumont Rep. 28è								
	La Harpe	865						
	Elysées Lincoln	692	1 557				1 557	88 919
LES 12 MILIERS DE SHAO LIN Elysées Films 1ère								
	Cigale	4 040						
	Concordia	1 964	6 004				6 004	6 004
DROLE DE SAMEDI AAA 2è								
	George V	777		3 Vincennes	313			
	Forum Cinémas	351		Club Colombes	291			
	Parnassiens	382						
	Paramount Marivaux	594						
	Paramount Orléans	289						
	Quintette Pathé	327						
	Ugc Gobelins	481						
	Arcades	178						
	Gaumont Convention	590	3 969			544	4 513	18 075
EMMANUELLE 4 Sedpa/AAA 73è								
	George V	818	818				818	382 260
LES ENFANTS Films S.F. 5è								
	14 Jt Parnasse	616						
	St André des Arts	1 061	1 677				1 677	15 507
ESCALIER C Amlf 4è								
	Gaumont Colisée	3 197		Artel Rosny	1 256			
	Forum Cinémas	1 405		Belle Epine Pathé	906			
	Gaumont Sud	1 336		Cyrano Versailles	999			
	Convention St Charles	881		C2L St Germain	848			
	Paramount Marivaux	945		Gaumont Ouest	899			
	Paramount Montparnasse	2 838						
	Paramount Maillot	1 146						
	Passy	666						
	Paramount Galaxie	725						
	Paramount Odéon	2 262						
	Paramount Opéra	1 715						
	St Lazare Pasquier	1 095						
	Nation	2 123	20 334			4 908	25 242	129 658
ESCLAVE DU DESIR Alpha france 16è								
	Alpha Elysées	970	970				970	49 745
ETUDIANTES A SODO Auroch 11è								
	Cinevog St Lazare	844	844				844	33 578
EXTERIEUR NUIT Les Films Noirs Rep. 2è								
	Ugc Ermitage	1 706						
	Ugc Gare de Lyon	723						
	Ugc Gobelins	1 075						
	14 Jt Beaugrenelle	784						
	Rex	1 116						
	Ciné Beaubourg	1 242	6 646				6 646	15 593
LA FEMME ET LE PANTIN Action Rep. 2è								
	Elysées Lincoln	751						
	Action Christine	2 460						
	Parnassiens	836	4 047				4 047	10 643

RESULTATS PARIS PERIPHERIE

LA FEMME MODELE Gfc Rep. 6è								
	Action Ecoles	1 080	1 080				1 080	7 898
LE FLIC DE BEVERLY HILLS Cic 14è								
	Marignan Pathé	2 952						
	Paramount Marivaux	1 765	4 717				4 717	856 659
FLIC OU VOYOU Gaumont Rep. 3è								
	Miramar	1 206						
	Gaumont Sud	801	2 007				2 007	74 776
LA FORET D'EMERAUDE Amlf 1ère								
	Marignan Pathé	8 547		Carrefour Pantin	1 858			
	Publicis Elysées	6 723		Cyrano Versailles	2 912			
	Ugc Danton	6 860		4 Temps	2 567			
	Rex	11 128		Ariel Rueil	1 458			
	Wepler Pathé	6 308		Vélizy	2 485			
	Montparnasse Pathé	5 490		Belle Epine Pathé	2 811			
	Français Pathé	6 187		Pathé Champigny	2 549			
	Victor Hugo Pathé	1 987		Artel Créteil	3 567			
	Bretagne	10 536		Artel Rosny	3 760			
	Nation	5 037		Artel Marne	1 908			
	Gaumont Halles	5 123		Gamma Argenteuil	1 495			
	Gaumont Sud	4 427		Français Enghien	4 277			
	Gaumont Convention	4 548		Tricycles Asnières	2 002			
	Gaumont Gambetta	2 967		Gaumont Evry	3 134			
	Fauvette	4 096		Gaumont Ouest	3 277			
	Kinopanorama	13 921	103 888	Parinor	1 930	41 990	145 878	145 878
FOX 50è.. Fox Rep. 11è								
	Action Rive Gauche	1 418	1 418				1 418	37 273
FRENCH LOVER Cic 2è								
	Gaumont Ambassade	1 183		Gaumont Ouest	430			
	Paramount Opéra	975						
	Montparnos	576	2 734			430	3 164	15 218
GEANT Sagittaire Rep. 5è								
	Cinoche	357						
	Jacques Prévert Epinay	140	497				497	11 474
THE GETAWAY Nef Rep. 4è								
	George V	725						
	Epée de Bois	307	1 032				1 032	49 203
GIGOLO Sagittaire 5è								
	Cinoche	306	306				306	23 212
GLENN MILLER.. Cic Rep. 5è								
	George V	1 203						
	Quintette Pathé	708	1 911				1 911	21 874
GREYSTOKE Warcol 39è								
	Opéra Night	586	586				586	822 114
GUERRE ET PAIX Cic Rep. 1ère								
	Reflet Balzac	1 877						
	Reflet Médicis	1 359	3 236				3 236	3 236
GROS DEGUEULASSE Sfdi 1ère								
	George V	2 584		Buxy	1 101			
	Ugc Biarritz	5 328		Gaumont Evry	2 224			
	Ugc Boulevard	5 622		Artel Nogent	1 407			
	Ugc Montparnasse	4 814		Méliès Montreuil	737			
	Ugc Odéon	2 864		Artel Créteil	2 986			
	Ugc Convention	2 907		Artel Rosny	3 879			
	Rex	4 269		Artel Marne	1 916			
	Parnassiens	1 402		Carrefour Pantin	2 459			
	Ugc Gare de Lyon	2 050		Belle Epine Pathé	2 716			
	Ugc Gobelins	3 195		Pathé Champigny	1 658			
	3 Murat	879		Parly 2	2 381			
	3 Secrétan	1 669		4 Temps	2 023			
	Forum Cinémas	986		C2L St Germain	979			
	Ciné Beaubourg	791		Rex Poissy	1 367			
	Images	2 739		ABC Sartrouville	897			
				Ulis Orsay	1 452			
				Parinor	2 360			
				Lux Bagneux	596			
				Calypso Viry	796			
				Conti Isle Adam	1 012			
				4Mousquetaires	579			
				Alpha Argenteuil	1 852			
				Club Colombes	1 063			
			42 100	Flanades	1 768	40 208	82 308	82 308
HEAVENLY BODIES Ugc 1ère								
	Ugc Normandie	3 906						
	Ugc Rotonde	1 406						
	Ugc Gobelins	1 576						
	Forum Cinémas	1 122	8 010				8 010	8 010
JE VOUS SALUE MARIE Gérick/Gaumont 22è								
	Contrescarpe	212	212				212	104 552
LES JOURS ET LES NUITS DE CHINA BLUE Fox 2è								
	Ugc Elysées	4 282		Roxane Versailles	563			
	Ugc Rotonde	1 021		Artel Créteil	1 100			
	Ugc Montparnasse	2 106						
	Ugc Odéon	2 855						
	Ugc Convention	871						
	Rex	1 241						
	Ciné Beaubourg	1 874						
	Ugc Boulevard	1 757						
	Ugc Gare de Lyon	884						
	Ugc Gobelins	970						
	3 Murat	385						
	3 Secrétan	528						
	Paramount Maillot	1 113						
	Images	851						
	Mistral	766	21 504			1 663	23 167	66 088
JOY ET JOAN Gef 3è								
	George V	1 338		parly 2	653			
	Marignan Pathé	1 489		Alpha Argenteuil	446			
	Clichy Pathé	889		Club Maisons Alfort	129			
	Motnparnasse Pathé	2 076		3 Orangeries Draveil	204			
	Français Pathé	1 101						
	Forum Cinémas	565						
	St Lazare Pasquier	560						
	Maxéville	1 148	9 166			1 432	10 598	74 776
MACAO Archéo Rep. 1ère s.								
	Olympic Luxembourg	864	864				864	864
LA MAISON ET LE MONDE Films S.F. 11è								
	Olympic Luxembourg	908	908				908	50 657
MARCHE A L'OMBRE Fechner/Gaumont 37è								
	Maxéville	637						
	Paramount Galaxie	648	1 285				1 285	1 323 046
MARILYN.. Alphafrance 5è								
	Alpha Elysées	1 530	1 530				1 530	31 453
MARJORIE Acacias 3è								
	Reflet Logos	455	455				455	5 782
MASK Cic 5è								
	Gaumont Ambassade	2 202		Studio 78	313			
	St Michel	993		Gaumont Evry	825			
	Gaumont halles	899		Gamma Argenteuil	756			

RESULTATS PARIS PERIPHERIE

	Gaumont Convention	761		Cyrano Versailles	772			
	Gaumont Richelieu	1 311		Jacques Prévert Epinay	339			
	Montparnasse Pathé	1 743						
	Impérial Pathé	1 702						
	Bienvenue Montparnasse	1 200	10 831			2 999	13 830	144 423
MERLIN L'ENCHANTEUR Disney Rep. 55è								
	Napoléon	707	707				707	575 286
MIDNIGHT EXPRESS Warcol Rep. 318è								
	Capri	675	675				675	659 919
MISHIMA Warcol 7è								
	Espace Gaîté	355						
	St Germain Huchette	840	1 195				1 195	52 303
MOONRAKER Cic Rep. 1ère								
	Gaumont Ambassade	4 293		Alpha Argenteuil	892			
	Gaumont Halles	1 420		Parly 2	1 613			
	Gaumont Richelieu	2 499		4 Temps	1 398			
	Gaumont Berlitz	3 233		Rex Poissy	707			
	Cluny Palace	1 292		Ulis Orsay	876			
	La Bastille	1 107		Artel Villeneuve	409			
	Fauvette	1 773		Artel Marne	845			
	Montparnos	4 373		Carrefour Pantin	1 009			
	Mistral	1 887		3 Vincennes	1 114			
	Images	1 540		Lux Bagneux	350			
				Paramount La Varenne	791			
				Pleiade Cachan	778			
				Buxy	655			
			23 417	Flanades	785	12 162	35 579	35 579
NINJA FURY Cpf 1ère								
	Gaîté Boulevard	1 972						
	Gaîté Rochechouart	3 017	4 989				4 989	4 989
NOSTALGHIA Gaumont 5è								
	Ugc Marbeuf	830						
	Bonaparte	2 141	2 971				2 917	24 893
LA NUIT PORTE JARRETELLES Forum 15è								
	Bergére	1 244						
	Republic Cinémas	174	1 418				1 418	100 713
PARIS TEXAS Argos Parifilm 41è								
	Ugc Marbeuf	806	806				806	660 568
PARKING A.M Films 5è								
	Ugc Marbeuf	894	894				894	44 816
PARTIR REVENIR Ugc 14è								
	Ugc Marbeuf	685	685				685	269 315
PATROUILLE DE NUIT Parafr. 3è								
	Paramount City	1 294						
	Paramount Montparnasse	1 192						
	Paramount Opéra	2 088	4 574				4 574	33 073
PETER LE CHAT Atalante 20è								
	Templiers	106						
	Studio 43	54	160				160	16 459
PHENOMENA AM Films 3è								
	Ugc Ermitage	1 591		Artel Nogent	649			
	Rex	1 687		Artel Villeneuve	244			
	3 Murat	329		Aviatic Le Bourget	427			
	Montparnos	1 262		4 Mousquetaires	283			
			4 869	Jacques Prévert Epinay	274	1 877	6 746	52 057
PLAISIRS INTERDITS Eurodis 9è								
	Paris Ciné	1 565	1 565				1 565	56 674
PLAISIRS SODOMITES Cinémyr 1ère								
	Méry	2 521						
	Beverley	2 000						
	Cinevog st-Lazare	1 648	6 169				6 169	6 169
LES POINGS FERMES Plainchant 3è								
	Latina	136	136				136	1 135
PORTES DISPARUS Ugc 3è								
	Ugc Normandie	3 405		Cyrano Versailles	1 23			
	Mistral	752		4 Temps	797			
	Ugc Boulevard	1 851		Ariel Rueil	508			
	Ugc Gobelins	1 249		C2L St Germain	748			
	Wepler Pathé	2 133		Vélizy	987			
	Ugc Montparnasse	1 911		Gaumont Ouest	697			
	Ugc Danton	949		Artel Créteil	1 424			
	Ugc Convention	1 002		Artel Rosny	1 336			
	Rex	2 316		Artel Marne	798			
				Alpha Argenteuil	618			
				Français Enghien	1 277			
				Carrefour Pantin	793			
				Belle Epine Pathé	1 408			
				Pathé Champigny	719			
				Calypso Viry	461			
				Ciné robespierre Vītry	647			
				Parinor	943			
				Lux Bagneux	348			
				Club Maisons Alfort	177			
			15 568	Flanades	549	16 418	31 986	199 994
POULET AU VINAIGRE MK2 12è								
	Ugc Marbeuf	917	917				917	257 766
PSYCHOSE Action Rep. 9è								
	Action Christine	988	988				988	44 700
PUCELLES Audifilm 5è								
	Amsterdam St Lazare	644	644				644	6 902
48 HEURES Cic Rep. 2è								
	Paramount City	2 598		Paramount La Varenne	549			
	Paramount Montparnasse	2 057		Carrefour Pantin	762			
	Paramount Glaxie	622		Parly 2	1 369			
	Paramount Odéon	2 652		4 Temps	1 154			
	Paramount Opéra	3 567		ABC Sartrouville	379			
	Ugc Gare de Lyon	820		Ulis Orsay	860			
	Convention St-Charles	495		Méliès Montreuil	510			
				Artel Marne	875			
				Alpha Argenteuil	720			
			12 811	Flanades	688	7 869	20 680	54 262
RENDEZ-VOUS Ugc 7è								
	Ugc Biarritz	2 172						
	Ugc Rotonde	1 062						
	Ugc Danton	1 953						
	Ugc Boulevard	1 187						
	Ciné Beaubourg	782	7 156				7 156	232 961
REPO MAN Coline 2è								
	Ugc Biarritz	1 143	1 143				1 143	4 380
RETOUR DES MORTS VIVANTS Eurodis /Lmd 7è								
	Paris Ciné	1 605	1 605				1 605	126 572
LES RIPOUX Amlf 41è								
	Ugc Biarritz	3 270						
	Ugc Dnton	1 641						
	Rex	1 489						
	Paramount Montparnasse	1 374	7 774				7 774	1 512 498
ROBIN DES BOIS Disney Rep. 30è								
	Napoléon	891	891				891	582 985

RESULTATS PARIS PERIPHERIE

LE ROI ET L'OISEAU Gaumont Rep. 3è								
	St Germain Village	200						
	Montparnos	765						
	Gaumont Halles	392	1 357				1 357	6 881
LA ROSE POURPRE.. Fox 5è								
	Gaumont Ch. Elysées	8 162		Tricycles Asnières	898			
	Nation	1 580		Gaumont Ouest	892			
	Gaumont Halles	3 351		Artel Créteil	1 038			
	Gaumont Sud	1 474		Français Enghien	1 091			
	Gaumont Convention	1 481		Roxane Versailles	1 173			
	Gaumont Richelieu	1 360		4 Temps	609			
	Miramar	3 005		C2LSt Germain	1 571			
	Clichy pathé	1 418		ABC Sartrouville	595			
	Mayfair Pathé	1 754		Vélizy	1 032			
	Paramount Montparnasse	2 264		Belle Epine Pathé	872			
	Paramount Gobelins	1 042		Paramount La Varenne	561			
	Paramount Maillot	1 667		Aviatic Le Bourget	319			
	Paramount Opéra	2 869						
	LaHarpe	2 054						
	Athéna	658						
	Pagode	2 631						
	14 Jt Bastille	1 913						
	Escurial Panorama	2 319						
	1 4Jt Beaugrenelle	2 270	48 087			10 645	58 732	414 611
LA ROUTE DES INDES Gaumont 10è								
	Gaumont Ambassade	2 052						
	Gaumont Berlitz	1 668						
	Hautefeuille Pathé	931						
	Parnassiens	997						
	Delta	567	6 215				6 215	343 551
SAUVE QUI PEUT LA VIE MK2 Rep. 1ère								
	14 Jt Racine	656	656				656	656
SHOAH Parafr. 9è								
	Olympic	320						
	Olympic Luxembourg	640	960				960	16 384
SODO PARTROUZES Audifilm 1ère								
	Scala	1 312						
	Amsterdam St Lazare	1 527						
	Cinevog Montparnasse	671	3 510				3 510	3 510
LES SORCIERES Cic Rep. 5è								
	Reflet Logos	482	482				482	3 982
LES SPECIALISTES Fechner /Gaumont 16è								
	Gaumont Ambassade	929						
	Gaumont Berlitz	990	1 919				1 919	1 067 571
STARFIGHTER AAA 4è								
	Gaumont Ambassade	2 118		Club Maisons Alfort	164			
	Gaumont Richelieu	1 188		3 Orangeries Draveil	272			
	Paramount Opéra	1 636	4 942			436	5 378	95 186
STEAMING Warcol 6è								
	Cinoche	178	178				178	14 840
STANGER THAN PARADISE Forum 25è								
	Epée de Bois	400	400				400	137 591
SUBWAY Gaumont 12è								
	Gaumont Colisée	2 782						
	Quintette Pathé	1 015						
	Miramar	1 938	5 735				5 735	608 681
SUGARLAND EXPRESS Visa Films 2è								
	George V	823						
	Paramount City	772						
	Parnassiens	593						
	Forum Cinémas	593						
	Lumière	681	3 462				3 462	18 095
TERMINATOR Fox 10è								
	George V	969		Artel Rosny	1 145			
	Gaîté Boulevard	1 922						
	Espace Gaîté	210	3 101			1 145	4 246	634 509
THAT'S DANCING Cic 7è								
	Ugc Normandie	1 892	1 892				1 892	51 196
LE THE AU HAREM AAA 9è								
	Quintette Pathé	1 201						
	Gaumont Halles	1 035	2 236				2 236	159 324
UN DIMANCHE A LA CAMPAGNE AMlf 64è								
	Lucernaire	416	416				416	435 790
VISAGES DE FEMMES Gérick 1ère								
	Reflet Balzac	922						
	Elysées Lincoln	853						
	St André des Arts	2 699						
	Gaîté Rochechouart	2 852						
	14 Jt Bastille	2 034						
	14 jt Parnasse	1 264						
	1 4Jt Beaugrenelle	959						
	Olympic Entrepôt	769	12 352				12 352	12 352
WEED END OBSCENES Audifilm 2è								
	Scala	422						
	Amsterdam ST Lazare	689	1 111				1 111	4 363
Y A T'IL UN PILOTE DS L'AVION ? Cic Rep. 1ère								
	Paramount City	3 236		Parly 2	1 661			
	Paramount Montparnasse	3 339		Ulis Orsay	1 041			
	Paramount Orléans	1 067		Gamma Argentueil	847			
	Paramount Glaxie	1 302		Aviatic le Bourget	1 044			
	Paramount Odéon	3 185		3 Vincennes	950			
	Paramount Opéra	4 895		4 Mousquetaires	510			
	Convention St-Charles	1 116		Ciné Robespierre Vitry	783			
	La Bastille	1 218		Calypso Viry	471			
				Village Neuilly	833			
				Paramount La Varenne	930			
				Buxy	658			
				Artel Marne	1 178			
			19 358	FLanades	851	11 857	31 215	31 215
WITNESS Cic 6è								
	George V	2 539		Belle Epine Pathé	1 184			
	Marignan Pathé	4 755		Pathé Champigny	804			
	clichy Pathé	1 406		Cyrano Versailles	2 037			
	Montparnasse Pathé	2 659		4 Temps	959			
	Français Pathé	2 955		C2LSt Germain	1 409			
	Hautefeuille Pathé	1 977		Vélizy	1 422			
	Nation	1 687		Artel Nogent	1 007			
	Bretagne	2 502		Artel Créteil	1 616			
	Mistral	1 114		Artel Rosny	1 966			
	Gaumont Richelieu	1 326		Tricycles Asnières	697			
	Gaumont Gambetta	824		Gaumont Evry	1 297			
	Gaumont Halles	1 520		Gaumont Ouest	952			
	Gaumont Convention	1 516		Français Enghien	1 494			
	Publicis St Germain	1 168		Parinor	936			
	14Jt Bastille	829		Pleiade Cachan	657			
	Fauvette	1 042		3 Orangeries Draveil	501			
	Plm St Jacques	625						
	14 Jt Beaugrenelle	1 764						
	Paramount Maillot	1 789	33 986			18 938	52 924	522 682

RESULTATS PROVINCE

26.6 au 2.7.85

BORDEAUX

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,1ès.)	6 071	6 071
GROS DEGUEULASSE(Ariel,Club,1ès.)	3 257	3 257
PORTES DISPARUS(Ariel,3ès.)	2 290	12 540
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Français,1ès.)	2 184	2 184
WITNESS(Gaumont,6ès.)	1 835	24 711
LA ROSE POURPRE(Gaumont,5ès.)	1 719	14 786
LA CAGE AUX FOLLES(Ariel,3ès.)	1 513	6 844
CHINA BLUE(Ariel,2ès.)	1 341	3 656
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	1 245	8 036
Y A T'IL UN PILOTE..(Français,1ès.)	1 113	1 113
BIRDY(Marivaux,7ès.)	1 054	17 281
LES BRANCHES A ST TROP(Français,1ès.)	947	947
PHENOMENA(Ariel,2ès.)	862	2 115
COCAINE(Gaumont,2ès.)	857	2 502
RENDEZ VOUS(Ariel,7ès.)	847	15 246
TERMINATOR(Français,10ès.)	846	41 535
LE FLIC DE BEVERLY(Français;14ès.)	828	44 380

CAEN

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Malherbe,1ès.)	2 485	2 485
GROS DEGUEULASSE(Malherbe,Cinéclair,1ès.)	2 287	2 287
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Malherbe,1ès.)	1 193	1 193
MOONRACKER(Gaumont,1ès.)	972	972
WITNESS(Gaumont,Malherbe,6ès.)	942	11 466
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	880	5 542
LA ROSE POURPRE (Gaumont,5ès.)	854	6 945

GRENOBLE

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Pathé,1ès.)	4 254	4 254
GROS DEGEULASSE(Pathé,Royal,GdPLace,1ès.)	2 241	2 241
LA ROSE POURPRE DU CAIRE(Nef,Gaumont,5ès.)	1 669	15 830
WITNESS(Gaumont,Pathé,6ès.)	1 624	21 278
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Pathé,1ès.)	1 268	1 268
LES JOURS ET NUITS DE CHINA BLUE(Royal,2ès.)	1 230	2 410
Y A T'IL UN PILOTE DANS L'AVION?(Rex,Gd Place,1ès.)	1 225	1 225
BIRDY(Pathé,7ès.)	1 164	14 497
PORTES DISPARUS(Gd PLace,Royal,3ès.)	903	6 680
LA CAGE AUX FOLLES(Royal,3ès.)	861	5 016

LILLE

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Pathé,1ès.)	4 602	4 602
WITNESS(Gaumont,6ès.)	2 493	24 330
LA ROSE POURPRE(Gaumont,5ès.)	2 395	15 556
GROS DEGUEULASSE(Ariel,1ès.)	2 319	2 319
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	2 063	7 702
BIRDY(Pathé,7ès.)	1 957	16 347
LA CAGE AUX FOLLES(Concorde,2ès.)	1 761	4 141
PAMELA(Omnia,1ès.)	1 679	1 679
Y A T'IL UN PILOTE..(Ariel,1ès.)	1 648	1 648
CHINA BLUE(Ariel,2ès.)	1 425	3 368
MOORACKER(Gaumont,1ès.)	1 409	1 409
LES RIPOUX(Ariel,17ès.)	1 408	39 833
PORTES DISPARUS(Concorde,3ès.)	1 270	6 773
48H.(Ariel,2ès.)	1 250	2 576
JOY ET JOAN(Pathé,3ès.)	1 178	4 927
TERMINATOR(Ariel,10ès.)	1 041	33 691
MASK(Gaumont,2ès.)	929	5 605
RENDEZ VOUS(Ariel,7ès.)	921	13 261
FLIC OU VOYOU(Gaumont,2ès.)	894	2 202

LYON

LA FORET D'EMERAUDE(Pathé,Ast,Comédia,1ès.)	11 736	11 736
GROS DEGUEULASSE(Scala,PtDieu,Ciné J;1ès.)	4 663	4 663
WITNESS(Pathé,Comédia,Ambiance,6ès.)	4 220	44 854
LA ROSE POURPRE(Royal,Ast;5ès)	3 814	31 778
PORTES DISPARUS(Scala,PtDieu,CinéJ;3ès.)	3 296	17 739
ESCALIER C(Tivoli,Astoria,4ès.)	2 766	15 439
CHINA BLUE(Concorde,CinéJ;PtDieu; 2ès.)	2 493	6 412
BIRDY(Comédia,Gémeaux,7ès.)	2 334	30 333
MOONRACKER(PtDieu,Bellecour,1ès)	2 318	2 318
Y A T'IL UN PILOTE..(Concorde,Pt Dieu,1ès.)	1 857	1 857
PATROUILLE DE NUIT(PtDieu, Paramount,2ès.)	1 830	4 829
LA CAGE AUX FOLLES(Concorde,Pt Dieu,3ès.)	1 553	8 096
MASK(Tivoli,Astoria,5ès.)	1 443	12 657
RENDEZ VOUS(Concorde,Pt Dieu,3ès.)	1 415	23 770
LE BAL DES VAMPIRES(PtDieu,Pathé,1ès.)	1 335	1 335
COCAINE(Gémeaux,2ès.)	1 126	3 233
48H.(Scala,PtDieu,2ès.)	1 107	2 554
DROLE DE SAMEDI(Pathé,1ès.)	1 070	1 070
TERMINATOR(PtDieu,10ès.)	1 036	76 281
JOY ET JOAN(Pathé,3ès.)	983	5 368
FRENCH LOVER(Tivoli,Astoria,2ès.)	969	4 093
LE FLIC DE BEVERLY(PtDieu, 14ès.)	940	84 298
STARFIGHTER(Paramount,4ès.)	934	7 933

MARSEILLE

LA FORET D'EMERAUDE(Bonnev;César,Madel;Pathé,1ès.)	9 571	9 571
GROS DEGUEULASSE(Prado,Capit;Ariel,1ès.)	2 745	2 745
WITNESS(Rex,Bonnev;Pathé,Madeleine,6ès.)	2 477	35 222
LA ROSE POURPRE (Chambord,Paris,Madeleine,5ès.)	1 913	18 385
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Pathé,César,1ès.)	1 903	1 903
MASK(Rex,Bonnev;Pathé,Madeleine,5ès.)	1 719	18 184
CHINA BLUE(Capitole,Prado,2ès.)	1 691	4 604
PORTES DISPARUS(Capitole,Ariel,3ès.)	1 661	9 969
BIRDY(César,Madeleine,7ès.)	1 329	23 422
COCAINE(Paris,Pathé,Madeleine,2ès.)	1 252	3 642
Y A T'IL UN PILOTE..(Odeon,Chambord,1ès.)	1 111	1 111
LA CAGE AUX FOLLES(Prado,Capitole,3ès.)	1 076	8 139
ESCALIER C(Paris ,Madeleine,4ès.)	1 037	5 346
STARFIGHTER(Odéon,Bonneveine,4ès.)	1 016	6 866
MOORACKER(Paris,Pathé;1ès.)	885	885

METZ

GROS DEGUEULASSE(Palace,1ès.)	2 690	2 690
LA FORET D'EMERAUDE(Rex,1ès.)	1 931	1 931
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Ariel,1ès.)	1 414	1 414
STARFIGHTER(StJacques,1ès.)	1 303	1 303
CONFESSIONS INTIMES PETITE FILLE(Royal,1ès.)	1 174	1 174
WITNESS(Palace,6ès.)	1 006	9 448
PORTES DISPARUS(Ariel,2ès.)	980	2 655
LES JOURS ET LES NUITS DE CHINA BLUE(Ariel,2ès.)	896	2 392
POLICE ACADEMY(St Jacques,1ès.)	812	812
NUITS CHAUDES DE CLEOPATRE(St Jacques,1ès.)	810	810
LA CAGE AUX FOLLES(Palace,3ès.)	806	3 438

MONTPELLIER

LA FORET D'EMERAUDE(Capitole,1ès.)	2 942	2 942
GROS DEGUEULASSE(Royal,1ès.)	1 433	1 433
LA ROSE POURPRE(Gaumont,5ès.)	1 421	11 728
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Capitole,1ès.)	1 417	1 417
WITNESS(Gaumont,6ès.)	1 334	17 926
MOONRACKER(Gaumont,1ès.)	1 227	1 227
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	1 217	5 847
MASK(Gaumont,5ès.)	858	6 803
BIRDY(Capitole,7ès.)	814	12 668

NANCY

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Pathé,1ès.)	4 296	4 296
GROS DEGUEULASSE(Rio,1ès.)	2 365	2 365
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Pathé,1ès.)	1 507	1 507
LE RETOUR DES MORTS VIVANTS(Paramount,2ès.)	1 253	3 105
Y A T'IL UN PILOTE..(Paramount,1ès.)	1 248	1 248
BIRDY(Pathé,7ès.)	1 062	13 039
PORTES DISPARUS(Rio,2ès.)	983	2 754
ESCALIER C(Paramount,3ès.)	963	4 462
WITNESS(Pathé,6ès.)	920	17 269
ST TROP INTERDIT(Paramount,1ès.)	857	857
LA ROSE POURPRE(Gaumont,5ès.)	818	9 566

RESULTATS PROVINCE

NANTES

LA FORET D'EMERAUDE(Olympia,Gaumont,1ès.)	4 489	4 489
WITNESS(Gaumont,Colisée,6ès.)	2 056	20 239
GROS DEGUEULASSE(Apollo,1ès.)	1 813	1 813
LA ROSE POURPRE(Katorza,Gaumont,5ès.)	1 619	13 211
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Katorza,1ès.)	1 502	1 502
LA CAGE AUX FOLLES(Apollo,1ès.)	1 485	1 485
BIRDY(Katorza,7ès.)	1 140	12 899
ESCALIER C(Colisée,4ès.)	1 105	5 717
PATROUILLE DE NUIT(Apollo,1ès.)	1 009	1 009
CHINA BLUE(Apollo,2ès.)	868	2 445
LE FLIC DE BEVERLY..(Katrorza,14ès.)	821	29 027
LES RIPOUX(Apollo,42ès.)	813	83 501

NICE

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Pathé,1ès.)	7 105	7 105
GROS DEGUEULASSE(Pathé,Rialto,1ès.)	2 296	2 296
WITNESS(Pathé,6ès.)	1 967	24 413
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Pathé,1ès.)	1 762	1 762
LA ROSE POURPRE(Gaumont,Mercury,5ès.)	1 596	12 872
BIRDY(Pathé,7ès.)	1 166	17 117
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	1 007	4 525
MASK(Gaumont,5ès.)	824	6 948

ROUEN

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,1ès.)	2 904	2 904
GROS DEGUEULASSE(Club,1ès.)	2 697	2 697
LA CAGE AUX FOLLES(Club,1ès.)	2 138	2 138
PORTES DISPARUS(Eden,3ès.)	1 627	6 888
PATROUILLE DE NUIT(Eden,1ès.)	1 481	1 481
LA ROSE POURPRE(Gaumont,5ès.)	1 271	9 319
WITNESS(Gaumont,6ès.)	1 140	11 673
BIRDY(Eden,7ès.)	1 138	6 764
APOCALYPSE NOW(Gaumont,3ès.)	1 020	4 843
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	947	5 046
MIDNIGHT EXPRESS(Eden,1ès.)	825	825

ST ETIENNE

GROS DEGUEULASSE(Eden,1ès.)	1 478	1 478
LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,1ès.)	1 259	1 259
BIRDY(Gaumont,3ès.)	879	3 614
Y A T'IL UN PILOTE..(Eden,1ès.)	867	867
PORTES DISPARUS(Eden,3ès.)	847	5 196
WITNESS(Gaumont,6ès.)	836	8 978

STRASBOURG

LA FORET D'EMERAUDE(Club,ABC,1ès.)	3 757	3 757
GROS DEGUEULASSE(Capitole,1ès.)	3 076	3 076
LES ANGES SE FENDENT LA GUEULE(Omnia,1ès.)	1 875	1 875
WITNESS(Club,Rits,6ès.)	1 859	19 972
PORTES DISPARUS(Capitole,3ès.)	1 586	7 617
LA ROSE POURPRE(Club,5ès.)	1 357	15 317
BIRDY(Star,7ès.)	1 192	15 897
LA CAGE AUX FOLLES(Capitole,3ès.)	1 184	4 762
CHINA BLUE.(Capitole,2ès.)	1 167	2 953
TAXI DRIVER(Capitole,1ès.)	1 039	1 039
Y A T'IL UN PILOTE..(Star,1ès.)	1 005	1 005
ESCALIER C(Club,4ès.)	1 003	5 990
EXCALIBUR(Ariel,1ès.)	880	880
ST TROPEZ INTERDIT(Omnia,1ès.)	878	878
TERMINATOR(Omnia,10ès.)	870	35 172
RENDEZ VOUS(Capitole,7ès.)	826	10 692

TOULOUSE

LA FORET D'EMERAUDE(Gaumont,Nouveauté,1ès.)	7 077	7 077
GROS DEGEULASSE(Variètè,Nouveauté,1ès.)	4 342	4 342
LA ROSE POURPRE DU CAIRE(Varièté,5ès.)	3 577	18 229
WITNESS(Gaumont,Nouveauté,5ès.)	3 419	34 297
PORTES DISPARUS(Variètè,3ès.)	1 983	9 755
NOSTALGIA(ABC,2ès.)	1 976	2 947
ESCALIER C(Gaumont,4ès.)	1 657	8 145
Y A T'IL UN PILOTE..(Rio,1ès.)	1 555	1 555
MISSION NINJA(Trianon;1ès.)	1 319	1 319
TERMINATOR(Varièté,10ès.)	1 277	44 354
PHENOMENA(Varièté,2ès.)	1 259	2 905
BIRDY(Nouveauté,7ès.)	1 258	21 162
CHINA BLUE(Varièté,2ès.)	1 219	2 905
48 H.(Trianon,2ès.)	1 169	3 497
INDIANA JONES(Trianon,1ès.)	1 109	1 109
VISAGES DE FEMMES(ABC,1ès.)	994	994
LA CAGE AUX FOLLES(Concorde,3ès.)	988	4 313

BOX-OFFICE PROVINCE

26.6 au 2.7.85

TITRE DES FILMS	Nombre villes	Total semaine	Total à ce jour
1 LA FORET D'EMERAUDE	14	71 994	71 994
2 GROS DEGUEULASSE	14	36 445	36 445
3 WITNESS	15	28 128	325 168
4 LA ROSE POURPRE DU CAIRE	15	25 316	202 270
5 PORTES DISPARUS	14	19 551	101 954
6 BIRDY	15	17 796	221 933
7 LES ANGES SE FENDENT...	10	16 618	16 618
8 ESCALIER C	13	16 371	89 216
9 LA CAGE AUX FOLLES	14	15 503	54 247
10 LES JOURS ET LES NUITS...	15	15 428	39 699
11 Y A-T'IL UN PILOTE...	11	12 930	12 930
12 MOORACKER	7	10 784	10 784
13 MASK	11	9 142	103 252
14 COCAINE	14	8 326	24 156
15 48 H	10	7 889	20 177

TITRE DES FILMS	Nombre villes	Total semaine	Total à ce jour
16 PATROUILLE DE NUIT	8	7 038	26 386
17 LES RIPOUX	10	6 597	954 400
18 TERMINATOR	9	6 510	479 060
19 JOY ET JOAN	9	6 228	30 725
20 RENDEZ VOUS	8	5 737	153 855
21 LE FLIC DE BEVERLY HILLS	8	5 336	479 436
22 STARFIGHTER	7	5 256	52 762
23 APOCALYPSE NOW	8	4 827	49 981
24 LE BAL DES VAMPIRES	7	4 704	4 704
25 FRENCH LOVER	7	4 449	14 738
26 PHENOMENA	6	4 124	24 532
27 LE BAISER DE LA FEMME...	6	2 220	22 479
28 VISAGES DE FEMMES	2	1 564	1 564
29 SUBWAY	3	1 483	442 921
30 SUGARLAND EXPRESS	3	1 051	5 638

COTE OFFICIELLE

Nombre d'entrées des films sortis à Paris depuis le 02/07/85
Résultats arrêtés au **25/06/85**

5 FILMS DE PLUS DE 1 000 000 ENTRÉES

LES RIPOUX (français)	•	**1 512 498**	(41)
INDIANA JONES (américain)		**1 404 010**	(26)
MARCHE A L'OMBRE (français)	•	**1 323 046**	(37)
AMADEUS (américain)	•	**1 265 332**	(35)
LES SPECIALISTES (français)	•	**1 067 571**	(16)

15 FILMS DE 500 000 à 1 000 000 ENTRÉES

GREMLINS (américain)		**900 175**	(21)
LE FLIC DE BEVERLY HILLS (américain)	•	**856 659**	(14)
GREYSTOKE LA LEGENDE DE TARZAN (américain)	•	**822 114**	(39)
LA DECHIRURE (américain)	•	**763 598**	(20)
SOS FANTOMES (américain)		**687 358**	(26)
PARIS TEXAS (fr. allem)	•	**660 568**	(41)
JOYEUSES PAQUES (français)		**652 547**	(11)
TERMINATOR (américain)	•	**634 509**	(10)
DUNE (américain)		**617 442**	(12)
SUBWAY (français)	•	**608 681**	(12)
ROBIN DES BOIS (américain)	•	**582 985**	(30)
COTTON CLUB (américain)	•	**552 481**	(26)
WITNESS américain	•	**522 682**	(06)
LA VENGEANCE DU SERPENT A PLUMES (français)		**523 073**	(10)
PERIL EN LA DEMEURE (français)		**502 352**	(19)

3 FILMS DE 400 000 à 500 000 ENTRÉES

RIVE DROITE RIVE GAUCHE (français)		**431 893**	(12)
PAROLES ET MUSIQUE (français)		**428 707**	(18)
LA ROSE POURPRE DU CAIRE (américain)	•	**414 611**	(05)

9 FILMS DE 300 000 à 400 000 ENTRÉES

LA BELLE ET LE CLOCHARD (américain)		**388 700**	(08)
MARIA'S LOVERS (américain)		**386 886**	(38)
L'ANNEE DES MEDUSES (français)		**370 044**	(09)
POLICE ACADEMY (américain)		**357 912**	(18)
LA ROUTE DES INDES (britannique)	•	**343 551**	(10)
LA 7e CIBLE (français)		**332 840**	(11)
LES ROIS DU GAG (français)		**314 992**	(07)
TOP SECRET (américain)		**306 597**	(12)
LES NUIT DE LA PLEINE LUNE (français)		**303 361**	(40)

19 FILMS DE 200 000 à 300 000 ENTRÉES

SPLASH (américain)		**296 520**	(08)
CONAN LE DESTRUCTEUR (américain)		**280 328**	(09)
SOUVENIRS SOUVENIRS (français)		**269 928**	(16)
PARTIR REVENIR (français)	•	**269 315**	(15)
SUDDEN IMPACT (américain)		**266 996**	(13)
20 000 LIEUES SOUS LES MERS (américain)		**266 506**	(15)
POULET AU VINAIGRE (français)	•	**257 766**	(12)
BRAZIL (britannique)	•	**251 199**	(19)
TRANCHES DE VIE (français)		**244 495**	(07)
LA CORDE RAIDE (américain)		**243 813**	(07)
1984 (anglais)		**235 834**	(16)
UN ETE D'ENFER (américain)		**234 357**	(09)
RENDEZ-VOUS (français)	•	**232 961**	(07)
ATTENTION LES DEGATS (américain)		**232 152**	(09)
URGENCE (français)		**223 241**	(08)
TRAIN D'ENFER (français)		**217 917**	(12)
LIBERTE, EGALITE, CHOUCROUTE (français)		**217 149**	(05)
LA SMALA (français)		**208 431**	(05)
LE BON ROI DAGOBERT (français)		**200 389**	(05)
SAUVAGE ET BEAU (français)		**200 098**	(16)

9 FILMS DE 175 000 à 200 000 ENTRÉES

PORTES DISPARUS (américain)	•	**199 994**	(03)
LE MEILLEUR (américain)		**197 363**	(16)
ÇA N'ARRIVE QU'A MOI (français)		**196 859**	(08)
BROADWAY DANNY ROSE (américain)		**192 636**	(20)
A NOUS LES GARÇONS (français)		**183 423**	(06)
FALLING IN LOVE (américain)		**179 121**	(11)
LE MOMENT DE VERITE (américain)		**178 700**	(24)
LA TETE DANS LE SAC (français)		**177 247**	(07)
L'HISTOIRE SANS FIN (américain)		**176 303**	(12)

3 FILMS DES SAISONS PRÉCÉDENTES

MERLIN L'ENCHANTEUR (américain)	•	**575 286**	(66)
UN DIMANCHE A LA CAMPAGNE (français)	•	**435 790**	(64)
EMMANUELLE 4 (français)	•	**382 260**	(73)
1978-1979 MIDNIGHT EXPRESS (anglais)**	•	**659 919**	(318)

Les résultats indiqués sont ceux des salles de début auxquels s'ajoutent les continuations immédiates dans d'autres cinémas d'exclusivités.
• Exclusité en cours. ** Int. – 18 ans. * Int. – 13 ans.

RECETTES DU BOX-OFFICE

Recettes en francs des films sortis
à Paris-Province depuis le 15/08/84. **Résultats arrêtés au 25/06/85**

4 FILMS DE PLUS DE 50 000 000 FRANCS

LES RIPOUX (AMLF)	+	**62 035 932**	(40)	(1237)
INDIANA JONES (CIC)		**61 125 015**	(14)	(712)
MARCHE A L'OMBRE (FECH/G)		**56 710 391**	(23)	(761)
AMADEUS (AMLF)	+	**54 034 739**	(31)	(514)

15 FILMS DE 20 000 000 à 50 000 000 FRANCS

LES SPECIALISTES (FECH/G)		**47 172 282**	(13)	(613)
GREMLINS (WCOL)		**36 237 981**	(10)	(531)
LE FLIC DE BEVERLY HILLS (CIC)	+	**34 878 357**	(12)	(574)
GREYSTOKE (WCOL)		**33 603 295**	(17)	(522)
LA DECHIRURE (WCOL)		**32 215 029**	(16)	(519)
SOS FANTOMES (WCOL)		**30 022 683**	(12)	(503)
JOYEUSES PAQUES (AMLF/CERI/CHAT)		**29 743 962**	(10)	(431)
TERMINATOR (FOX)	+	**28 060 290**	(09)	(453)
DUNE (AMLF)		**26 663 795**	(09)	(375)
SUBWAY (G)	+	**26 338 991**	(11)	(470)
PARIS TEXAS (ARGOS)		**25 369 563**	(22)	(496)
ROBIN DES BOIS (WD)		**24 225 563**	(12)	(390)
COTTON CLUB (G)		**23 050 416**	(13)	(363)
LA VENGEANCE DU SERPENT A PLUMES (AMLF)		**22 303 568**	(08)	(418)
PERIL EN LA DEMEURE (G)		**20 943 942**	(10)	(359)

22 FILMS DE 10 000 000 à 20 000 000 FRANCS

WITNESS (CIC)	+	**19 884 549**	(05)	(316)
PAROLES ET MUSIQUE (AAA)		**18 924 551**	(11)	(383)
LA BELLE ET LE CLOCHARD (WD)		**12 232 969**	(09)	(406)
RIVE DROITE RIVE GAUCHE (FOX)		**18 148 156**	(07)	(349)
LE JUMEAU (AAA)		**15 951 012**	(08)	(322)
L'ANNEE DES MEDUSES (PARA)		**15 893 953**	(08)	(312)
POLICE ACADEMY (WCOL)		**15 452 295**	(10)	(316)
MARIA'S LOVERS (UGC)		**14 532 191**	(22)	(345)
LA ROUTE DES INDES (G)	+	**14 259 081**	(09)	(288)
LES ROIS DU GAG (AMLF)		**14 185 570**	(07)	(328)
LA 7e CIBLE (G)		**14 119 221**	(07)	(289)
LA ROSE POURPRE DU CAIRE (FOX)	+	**13 807 768**	(04)	(195)
SPLASH (WD)		**12 793 806**	(06)	(237)
CONAN LE DESTRUCTEUR (CIC)		**12 526 327**	(08)	(249)
SOUVENIRS SOUVENIRS (G)		**11 451 729**	(09)	(276)
PARTIR REVENIR (UGC)		**11 156 835**	(09)	(235)
SUDDEN IMPACT (WCOL)		**07 791 145**	(08)	(245)
TOP SECRET (CIC)		**13 876 771**	(09)	(294)
20 000 LIEUES SOUS LES MERS (WD)		**10 405 168**	(10)	(253)
POULET AU VINAIGRE (MK2)		**10 266 706**	(09)	(233)
LA CORDE RAIDE (WCOL)		**10 174 655**	(07)	(201)
ATTENTION LES DEGATS (UGC)		**10 101 070**	(07)	(229)

20 FILMS DE 7 000 000 à 10 000 000 FRANCS

TRAIN D'ENFER (FOX)		**9 732 021**	(09)	(224)
UN ETE D'ENFER (CCFC)		**9 731 235**	(08)	(221)
LES NUITS DE LA PLEINE LUNE (AAA)		**9 682 166**	(19)	(247)
1984 (MK2)		**9 580 521**	(07)	(218)
TRANCHES DE VIE (AAA)		**9 575 378**	(05)	(239)
RENDEZ-VOUS (UGC)	+	**9 564 233**	(06)	(210)
URGENCE (PARA)		**9 438 205**	(07)	(239)
BIRDY (WCOL)	+	**9 341 502**	(06)	(189)
ÇA N'ARRIVE QU'A MOI (AMLF)		**9 116 460**	(06)	(249)
LIBERTÉ ÉGALITÉ CHOUCROUTE (UGC)		**8 811 239**	(05)	(264)
BRAZIL (FOX)		**8 646 700**	(14)	(195)
A NOUS LES GARÇONS (AAA)		**8 570 408**	(07)	(235)
LA SMALA (UGC)		**8 338 786**	(10)	(242)
LE BON ROI DAGOBERT (G)		**8 053 212**	(05)	(223)
LE MOMENT DE VÉRITÉ (WARCOL)		**8 031 901**	(09)	(213)
LE MEILLEUR (WCOL)		**7 968 732**	(08)	(197)
PAR OU T'ES RENTRÉ (G)		**7 641 036**	(06)	(196)
2010 (CIC)		**7 627 333**	(06)	(176)
L'HISTOIRE SANS FIN (WCOL)		**7 518 428**	(07)	(204)
L'ARBALETE (CCFC)		**7 172 904**	(07)	(215)

2 FILMS DE 6 900 000 à 7 000 000 FRANCS

LES NANAS (UGC)		**6 930 371**	(05)	(174)
FALLING IN LOVE (CIC)		**6 929 090**	(07)	(175)

Cette cote officielle des recettes sur Paris-Périphérie et la province (Marseille, Bordeaux, Toulouse, Metz, Lille Rouen, Nancy, Nice, Lyon, Strasbourg, Grenoble) est un classement comparatif à la cote officielle hebdomadaire qui donne le récapitulatif du nombre des entrées Paris-Périphérie. Seules sont totalisées dans ce tableau, les recettes des films pendant la durée de leur passage au tableau du Box-Office. Un astérisque signale les films toujours classés au Box-Office qui progressent en recette de semaine en semaine. A côté du chiffre récapitulatif des recettes nous indiquons le nombre des semaines de passage au tableau hebdomadaire Box-Office et le nombre de locations correspondant.

BOX-OFFICE

PARIS-PROVINCE

Semaine du 19/06 au 25/06/85

	Titres des films	Distri-bution	Cette semaine	Nombre de Villes	Nombre de Salles	Nombre de Sem.	Semaine précédente	Rang	TOTAL A ce jour
1	LA ROSE POURPRE DU CAIRE	FOX	**3 262 243**	12	49	3	3 612 880	3	**13 807 768**
2	WITNESS	CIC	**3 225 977**	12	60	5	3 694 208	2	**19 884 549**
3	PORTÉS DISPARUS	UGC	**2 533 215**	12	50	2	4 148 461	1	**6 681 676**
4	LES JOURS ET LES NUITS DE CHINA-BLUE	FOX	**1 757 780**	12	32	1			**1 757 780**
5	ESCALIER C	AMLF	**1 441 624**	11	29	3	1 451 342	5	**4 234 385**
6	LA CAGE AUX FOLLES	CIC	**1 384 863**	11	33	2	1 405 103	7	**2 789 966**
7	48 HEURES	CIC	**1 240 640**	9	28	1			**1 240 640**
8	COCAÏNE	AMLF	**1 172 360**	11	44	1			**1 172 360**
9	MASK	CIC	**1 150 122**	11	36	4	1 431 972	6	**5 688 285**
10	BIRDY	WCOL	**1 144 683**	11	22	6	1 321 872	8	**9 341 592**
11	JOY ET JOAN	GEF	**912 542**	10	33	2	1 476 596	4	**2 389 138**
12	APOCALYPSE NOW	AMLF	**800 466**	9	19	6	886 111	12	**2 156 266**
13	PHENOMENA	AM	**708 407**	11	26	2	1 013 616	10	**1 722 023**
14	STARFIGHTER	AAA	**676 708**	11	24	3	1 132 016	9	**3 617 248**
15	RENDEZ-VOUS	UGC	**581 293**	9	19	6	923 764	11	**9 564 233**
16	FRENCH LOVER	CIC	**555 464**	9	23	1			**555 464**
17	PATROUILLE DE NUIT	PARA	**518 576**	9	16	2	792 064	13	**1 320 640**
18	SUGARLAND EXPRESS	VISA	**479 763**	5	25	1			**479 763**
19	FLIC OU VOYOU	G	**458 660**	7	19	2	738 956	15	**1 197 616**
20	LES RIPOUX	AMLF	**420 656**	8	12	40	411 151	19	**62 035 932**
21	LE BAISER DE LA FEMME ARAIGNÉE	AAA	**415 889**	5	16	3	745 194	14	**2 020 259**
22	DROLE DE SAMEDI	AAA	**401 354**	2	17	1			**401 354**
23	TERMINATOR	FOX	**386 564**	8	13	9	491 447	17	**28 060 290**
24	LE FLIC DE BEVERLY HILLS	CIC	**355 980**	8	11	13	411 577	18	**34 878 357**
25	CHOOSE ME	ACAC	**316 676**	2	10	1			**316 676**
26	LE CONSUL	UGC	**304 659**	7	14	2	723 213	16	**1 017 872**
27	THE GETAWAY	NEF	**279 310**	6	12	3	381 716	20	**1 537 847**
28	SUBWAY	G	**275 701**	6	8	11	297 361	25	**26 338 991**
29	LA ROUTE DES INDES	G	**260 487**	4	7	9	289 258	26	**14 259 081**
30	EXTÉRIEUR NUIT	FN	**255 526**	1	9	1			**255 526**
31	LE RETOUR DES MORTS-VIVANTS	EUROD	**239 970**	8	10	6	320 140	24	**5 316 899**
32	DÉBAUCHES ANALES	AURO	**238 695**	1	4	1			**238 695**
33	CHALEUR ROUGE	EUROG	**216 372**	3	16	1			**216 372**
34	AMADEUS	AMLF	**199 745**	2	5	34	168 667	30	**54 034 739**
35	LA FEMME ET LE PANTIN	ACT	**170 506**	1	3	1			**170 506**
36	TOXIC	EUROG	**162 600**	6	8	4	343 053	22	**2 168 818**
37	LE FOU DE GUERRE	AMLF	**161 151**	5	7	5	287 269	27	**3 587 611**
38	NOSTALGHIA	G	**157 548**	3	4	4	206 951	29	**705 021**
39	PARKING	AM	**132 418**	5	8	4	346 816	21	**1 904 823**
40	LE THÉ AU HAREM	AAA	**129 040**	3	5	8	216 664	28	**6 565 496**

Ce tableau regroupe les recettes en francs des salles de Paris-périphérie et de onze villes-clefs de province (Marseilles, Bordeaux, Toulouse, Metz, Lille, Rouen, Nancy, Nice, Lyon, Strasbourg, Grenoble) lorsque les films sont en exploitation dans l'une ou plusieurs d'entre elles.

TRIBUNE LIBRE

• En réponse à la tribune libre parue dans le 2039 du 31 mai 1985 du *Film Français :* « l'avantage d'une tribune libre est d'être libre, tout peut donc être écrit. Armand Baud est trop près des chiffres pour oublier que la partie française de la banlieue de... Genève compte 70 000 habitants et inclut Saint-Julien-en-Genevois et il est également trop bon exploitant pour monter un projet de 1,646 million de francs pour les seuls travaux de transformation d'une salle en un complexe de trois dans une commune de 6 911 habitants et espérer 73 000 entrées sans tenir compte de... la ville Suisse.

Nous entendons trop souvent les responsables de projets assimiler le dépôt d'un dossier et son acceptation pour ne plus nous en offusquer. C'est la Commission qui est souveraine et elle a jugé sur pièces.

Enfin, et la tribune d'Armand Baud en témoigne, les motivations de la Commission et le travail d'instruction de l'Agence pour le développement régional du cinéma ont toujours été transparents. Si tout organe de presse veut publier la liste des 294 projets représentants, 509 salles, l'ADRC la tient à disposition. Chacun pourra ainsi mesurer l'ampleur du travail accompli par l'exploitation accompagnée au cours des deux dernières années par l'Etat. Pour faire bonne mesure, nous l'avons transmise à Armand Baud, il y retrouvera l'aide apportée à Annemasse pour 300 000 F. ».

Jack Gajos

ÉROTISME ET CINÉMA

• Pour la seconde fois le Ciné-Poche de Vieux Mans consacrera sa programmation, du 2 au 17 juillet, à **l'érotisme au cinéma.** Au cours de cette quinzaine intitulée « **Chaleur-chaleur** » seront proposés : – *Rêves Humides* (série de sketches érotiques dont un est signé Nicholas Ray), *Sweet Movie* (D. Makavejev), *Chair pour Frankenstein* (P. Morrissey - A. Warhol), *Contes immoraux* (V. Borowczyk), *Scènes interdites* (J. Benazeraf), *Les fruits de la passion* (S. Stérayama).

Deux points forts marqueront cette quinzaine : le *Samedi 6 juillet :* une Nuit de Cinéma Erotique et le *Mercredi 10 juillet :* une rencontre avec José Benazeraf qui se déroulera après la projection de *Scènes Interdites*.

Pour tous renseignements : (13) 24.73.85.

INFORMATIONS PROFESSIONNELLES

IN MEMORIAM



• Nous apprenons avec tristesse le décès de **Jean Wald** survenue à la suite d'une longue maladie. **Jean Wald** qui était directeur et programmateur de cinéma, avant guerre, avait exercé les fonctions de Secrétaire Général, puis de Délégué Général, de la Fédération Nationale des Cinémas, de 1961 à 1978. Dans ses fonctions, qui l'ont associé de très près à la naissance et au développement de la F.N.C.F., il a su faire preuve de remarquables qualités de négociateur et d'homme de relations publiques. Homme de contact, fidèle dans ses amitiés, il était Chevalier de la Légion d'Honneur.

Le Film Français adresse à sa famille et à ses proches ses sincères condoléances.

★

• **Henri Pialat** vient de mourir à Paris à l'âge de 62 ans. Depuis 1972, il présidait aux destinées de la Fédération Loisirs et Culture (F.L.E.C.), actuellement la deuxième en importance des fédérations de ciné-clubs. Il avait été élu en 1975 président, très apprécié en France et en une vingtaine de pays étrangers, du Comité International pour la Diffusion des Arts et des lettres par le cinéma (C.I.D.A.L.C.), succédant à son ami Nicolas Pillat qui l'avait fondé en 1930. C'est aussi vers 1975 que lui avaient été confiées les charges de trésorier du Centre National Français du Film pour l'Enfance et la Jeunesse, ainsi que l'administrateur du Comié International du Cinéma et de la Télévision (C.I.C.T.) auprès de l'Unesco. Né le 8 juillet 1923 à Paris, Henri Pialat avait vécu toute sa vie dans l'ambiance très spéciale, vivante et populaire de la rue Mouffetard et du quartier Saint-Médard en lisière du quartier latin. C'était en quelque sorte son village où il avait de très nombreux amis et avait assisté à des initiatives socio-culturelles aussi originales et pionnières que la « Maison pour tous » qui fut la première des maisons de jeunes. La Jeunesse Ouvrières Chrétienne (J.O.C.) avait complété sa formation humaine avant ses débuts dans la profession chez Pathé. C'est là qu'il fut cueilli par le Service du Travail obligatoire (S.T.O.) et envoyé pour près de deux ans aux studios de cinéma viennois du Rosenügel. Il en avait rapporté quelques souvenirs dramatiques assaisonnés de pittoresques anecdotes.

Après un séjour au département audiovisuel de Bloud et Gay (1948-50), il avait travaillé de 1950 à 1956 à la F.L.E.C. dont il devait plus tard reprendre la direction. Sa vive intelligence, sa culture très fine, son extraordinaire mémoire, sa diplomatie et son humour lui avaient valu un très vaste réseau d'amitiés et de relations, du plan local au plan mondial le plus large. La dette du cinéma culturel envers lui est considérable. Depuis 1979 il était Chevalier de l'Ordre du Mérite et avait reçu la Médaille d'Or de la Jeunesse et des Sports.

NOMINATION

• C'est pratiquement officiel, **Philippe Labro** succédera à Raymond Castans, à la tête de R.T.L., à la rentrée prochaine date à laquelle l'actuel directeur de la station atteindra l'âge de la retraite. Néanmoins à l'heure où nous mettons sous presse aucune date de passation ne semble avoir été arrêté. Journaliste, réalisateur et homme de radio Philippe Labro est âgé de 49 ans.

MOUVEMENT

• La société **Atlantic Film** société anonyme au capital de 500 000 F (36, rue Hoche, 75008 Paris), a nommé au cours de son assemblée générale du 28 juin dernier **Claude Fusée** comme nouveau Président Directeur Général en remplacement de **Henri de Hubsch** qui reste administrateur. **Micheline Fusée** est nommée quant à elle Directrice Générale d'Atlantic Film. Qu'on se le dise...

MOUVEMENT

• **Lasa Films,** société de distribution fondée en avril 1985 et dirigée par **Lallia Saïd, Charles Tesson** et **Jean-Philippe Jacquemet** (gérant), commencera à exercer ses activités à la rentrée avec la sortie le 11 septembre, du film vénézuélien *Orinoko* de Diego Risquez suivie, à la fin du mois d'octobre du film allemand de Rudolf Thome *Système sans ombre* interprétée par Bruno Ganz, Dominique Laffin et Hanns Zischler.

ERRATUM

• **Joël Lifschutz** nous prie de préciser que contrairement à ce que nous avons annoncé dans un de nos précédents numéros, le film *Passion violente* appartient à sa société **Paris Inter Productions,** et est distribué par **Eurodis International** (M. Clément 7, rue du Commandant Rivière. Paris XVI. Tél. : 256.24.61). Dont acte...

PETITES ANNONCES

PETITES ANNONCES
« REGIE PRESSE »
7, rue de Monttessuy,
75007 Paris. Tél. : 555-91-71
Aline BENAZA

Toute correspondance et règlement concernant les Petites Annonces doivent être envoyés à l'adresse ci-dessus. Les ordres doivent être adressés ou remis au plus tard le jeudi avant 12 heures pour parution le vendredi de la semaine suivante.

OFFRES D'EMPLOI	39 F
DEMANDES D'EMPLOI	12 F
IMMOBILIER	39 F
DIVERS	39 F
ACHAT, VENTE CINEMA	46 F
MATERIEL	39 F
AUTOMOBILES	39 F

TVA 18,60 % en sus

Les prix s'entendent pour la ligne de 28 lettres (2 lignes minimum). Les petites annonces sont payables d'avance. Leur texte n'engage pas notre responsabilité. Les petites annonces domiciliées « Régie Presse » 33 F. Demandes d'emploi 11 F. Pour toutes réponses aux P.A. domiciliées « Régie Presse », écrire sans oublier de mentionner le numéro de domiciliation. Règlement par chèque bancaire.

DEMANDES D'EMPLOI

Dactylo de scénarios manuscrits sur IBM. Tél. : 271.80.68.

Frédérique Guérin tape sur machine électronique vos scénarios et manuscrits. Tél. : 747.69.72.

J.F. 30 A. sces. éco. exp. presse art spect. secrétariat commerc. et rédaction dactylo correction textes anglais courant notions : All. Esp. Relations publiq. étud. ttes prop. Ecr. n° 11.385 F.F. Régie presse. 7, rue de Monttessuy. 75007 Paris.

Frappe correction manuscrits. et scénarios. travail express. sur machine électronique. Haas. Tél. : 532.13.42.

Pour toutes vos figurations comiques le clown poil de carottes. Tél. : (73) 80.45.14.

OFFRE D'EMPLOI

Organisateur soirées rech. comédiens illusionnistes, clowns, streaptiseuses, troupes, animateurs, orchestres, discomobiles, maquilleurs, costumiers, non pro, pas sérieux, s'absten. Tél. : 995.48.80 ou 469.38.18.

STAGES

Stage formation du 15 au 25 juillet. le comédien, le scénario. Lorène Ecca. tél. : 202.12.27.

VENTE MATERIEL



IMPORT - EXPORT
Vidéodisques - 3000 Films disp.
34, av. Lefebvre, 78300 Poissy. Tél. : (3) 074.72.71. Télex 696.389.



DIVERS

Pour tous vos problèmes hors Hexagone. Productions, coproductions, contacts, recherches, distributions, etc... Tél. : (1) 770.37.40.

Photos pour comédiens. Studios look and book. Tél. : 226.08.46.

Comédien(es), photographe réalise dossiers, photos. Tarif sans concurrence. Délais d'exécution 24 h. Tél. : 201.09.67.

A vendre : 3 bobines d'actualités, années 1945 à 1955, 16 mm optique. Tél. : A. Benvenuti (37) 41.70.60.

C.P.T.V. International
Prestation de service
Tournages - Eclairages
Matériel
Personnel

Pour ciné-photo. TV. reportages. documentaires. divers... professionnels ou particuliers. C.P.T.V. 18 bis, rue Violet. 75015 Paris. Tél. : 329.74.09. Télex : 220064 F. Etrav. ext. 8557 (Px. dégressif).

Vds. Ciné Revue 6 années 79 à 84. 800 F. ou 150 l'an. Cinéma de France. coll. compl. 1 à 69 = 800 F. Ciné Revue (hors série) 16 n° 1972/80 = 150 F. noir et blanc 34 n° 1955/71 = 150 F. 206 photos ttes diff. de 152 films années 30-40-50. 800 F. Ecr. Hilaire Eden B.P 308-26400 Crest. Tél. : (75) 25.13.43.

A vendre lot de 600 fauts pied central. Tél. : 770.72.88 ap. midi.

Comédiens votre cass. vidéo pour casting, tournage, mont. professionnel pour 830 F. Tt. comp. Tél. : 628.00.29.

TRADUCTIONS

TRANSLATIONS by Franco-American team. Our clients include : Bat Bachelier, Belstar, Gérard Brach, Cinq Continents, Régine Deforges, Delta Rouge, André Farwagi, Films des Deux Mondes, Films Montfort, France Cinéma, Francos Films, Gaumont, Christian Gion, Hamster, Richard Harper, Pierre Jourdan, Gérard Jourd'hui, Léonard Keigel, Le Goff Productions, Cheyco Leidmann, Linda Films, Lira, Lyric, André Nicard, Robert Pouret, Renn, SFP, Stanislav Stanovejik, Stardust, Tadié, Technisonor, Telescope, Tricontinental, Unesco, Warner Columbia... Why not you ? Résumés, scripts, subtitles & contracts. Experienced, rapid, digressive rates. Also German, Russian, Chinese, Italian... CFT TRANSLATIONS : 293.67.43.

HOTEL PARTICULIER

A vendre
Boulogne et proche Etoile
Hotels particuliers
Rég. Parisienne. 4 belles propriétés dont deux avec piscines chauffées, locaux commerciaux et industriels. Tél. : 376.03.29, 857.31.03.

le film français

RÉDACTION, PUBLICITÉ :
130, RUE DE RIVOLI, 75001 PARIS, TÉL. : 261-84-93

Numéro de commission paritaire : 58 139. Diffusé par les N.M.P.P.
PHOTOCOMPOSITION : LJ2 COMPO - 9 ter, rue Carnot - 94270 LE KREMLIN-BICÊTRE
IMPRESSION : IMPRIMERIE DE COMPIEGNE - B.P. 165 - 60200 COMPIEGNE
DEPOT LEGAL NUMERO 0890 – LE DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : DENIS G. JACOB

Éditeur : Denis G. Jacob.

Rédaction : Ginette Billard (étranger, entretiens), Jean-Pierre Busca (Repérages - films en tournage - informations professionnelles), Louis-Paul Costa (chiffres), Sophie Dacbert (secrétariat de rédaction), Marie-Paule Marchi (distribution), Nadine Buraud (exploitation).

Collaborateur : Maurice Bessy.
Correspondant aux USA : Patricia Saperstein

Publicité : Valérie Lesne.

Publicité Commerciale (hors professionnelle) : Génériques, 83, rue du Chateau, 92100 Boulogne. Tél. : 605.05.06.
Direction : Axel Brücker.
Chef de Publicité : Laure Demeure.

SARL Cinéma de France
Siège social : 130, rue de Rivoli, 75001 Paris
Groupe SECF - Publications Denis Jacob
P.D.G. : Marie-Louise Thiroux

DIRECTION, ADMINISTRATION :
3, RUE DE L'ÉPERON, 75006 PARIS
VENTE AU NUMÉRO À LA LIBRAIRIE
DES ÉDITIONS RADIO, 9, RUE JACOB

SORTIES PARIS


DAVID, THOMAS ET LES AUTRES


POLICE ACADEMY 2


ROUGE MIDI

10 JUILLET

AMAZONIA LA JUNGLE BLANCHE (I)
de Ruggero Deodato, avec Lisa Blount, Leonard Mann, Willie Aames. **Distribution :** Eurogroup. (225.45.54).

CONTES CLANDESTINS (F)
de Dominique Crévecœur, avec Rebecca Pauly, Daniel Mesguich, Tcheky Karyo. **Distribution :** Cinéma Permanent. **Attachée de presse :** Danielle Gain assistée de Françoise Dessaigne.

DAVID, THOMAS ET LES AUTRES (F/HON)
de Laszlo Szabo, avec Jean-Louis Trintignant, Fanny Cottençon, Jean Rochefort. **Distribution :** SFDI. **Attachés de presse :** Daphné Victor et Claude Philippot. (607.83.38).

LE FLINGUEUR (USA-rep)
de Michaël Winner, avec Charles Bronson, Jill Ireland. **Distribution :** Cic. **Attachée de presse :** Michèle Abitbol.

LES FRÉNÉTIQUES (USA)
de David Winter, avec Caroline Munro, Joe Spinell. **Distribution :** Warner-Columbia. **Attachée de presse :** Michèle Darmon.

LES LARMES AMÈRES DE PETRA VON KANT (RFA-rep)
de Rainer Werner Fassbinder. **Distribution :** MK2. **Attachés de presse :** Eva Simonet et Jean-Michel Derenne.

NOM DE CODE : OIES SAUVAGES (RFA)
d'Anthony Dawson, avec Lee Van Cleef, Ernest Borgnine, Klaus Kinski. **Distribution :** I.D Films. **Attaché de presse :** Alain Duverger. (504.29.28)

OPERATION JUPONS (USA-rep)
de Blake Edwards, avec Cary Grant, Tony Curtis, Joan O'Brien. **Distribution :** Acacias. **Attachée de presse :** Claudia Fiore.

POLICE ACADEMY 2 AU BOULOT (USA)
de Jerry Paris, avec Steve Guttenberg, Buba Smith, David Graf. **Distribution :** Warner-Columbia. **Attachée de presse :** Michèle Darmon.

RETROSPECTIVE CLINT EASTWOOD (USA-rep)
Un shérif à New-York, L'homme des hautes plaines, Un frisson dans la nuit, L'évadé d'Alcatraz, Joe Kidd, La sanction, L'inspecteur Harry, Magnum Force, Josey Wales, L'inspecteur ne renonce jamais, L'épreuve de force, Bronco Billy, Firefox, Honky Tonk man, Sudden Impact, La corde raide. **Distribution :** Warner-Columbia. **Attachés de presse :** Jean-Max Causse et Jean-Marie Rodon.

ROUGE MIDI (F)
de Robert Guédiguian, avec Ariane Ascaride, Martine Drai, Raul Gimenez. **Distribution :** Les Films Verts Colportage. **Attachée de presse :** Françoise Dauzier. (580.58.07).

SOLEIL VERT (USA-rep)
de Richard Fleischer, avec Charlton Heston, Edward G. Robinson. **Distribution :** Cic. **Attachée de presse :** Michèle Abitbol.

LA TAVERNE DE LA JAMAIQUE (USA-rep)
d'Alfred Hitchcock, avec Charles Laughton, Maureen O'Hara. **Distribution :** Action. **Attachés de presse :** Jean-Max Causse et Jean-Marie Rodon.

UN FAUTEUIL POUR DEUX (USA-rep)
de John Landis, avec Eddie Murphy, Dan Aykroyd, Jamie Lee Curtis. **Distribution :** Cic. **Attachée de presse :** Michèle Abitbol.

17 JUILLET

LES FAUCONS DE LA NUIT (USA-rep)
de Bruce Malmuth, avec Sylvester Stallone. **Distribution :** Coline. **Attaché de presse :** François Frey. (563.44.02).

INTEGRALE DES FILMS D'ALAIN TANNER (SUI-rep)
Distribution : MK2. **Attachés de presse :** Eva Simonet et Jean-Michel Derenne.

PAIN, AMOUR ET FANTAISIE (I-rep)
de Luigi Comencini, avec Gina Lollobrigida, Vittorio de Sica. **Distribution :** Acacias. **Attaché de presse :** André-Paul Ricci.

PUMPING IRON 2 FUTUR SEXE (USA)
de George Butler, avec Carla Dunlap, Bev Francis, Lori Bowen. **Distribution :** Coline/Sinfonia. **Attachées de presse :** Marquita Doassans et Jeanne Charuet.

QU'EST-IL ARRIVE A BABY JANE (USA-rep)
de Robert Aldrich, avec Bette Davis, Joan Crawford. **Distribution :** Gérick. **Attaché de presse :** Agnès Chabot.

SALE TEMPS POUR UN FLIC (USA)
de Andy Davis, avec Chuck Norris, Henry Silva, Bert Remsen. **Distribution :** 20th Century Fox. **Attachée de presse :** Patricia Bales.

SCANNERS (USA-rep)
de David Cronenberg, avec Jennifer O'Neil, Stephen Lack, Patrick McGoohan. **Distribution :** Visa Films. **Attaché de presse :** Robert Schlockoff.

STICK, LE JUSTICIER DE MIAMI (USA)
de Burt Reynolds, avec Burt Reynolds, Candice Bergen, George Segall. **Distribution :** Cic. **Attachée de presse :** Michèle Abitbol.

24 JUILLET

AMERICAN COLLEGE USA-rep)
de John Landis. **Distribution :** A.M. Films.

LE DERNIER DRAGON USA)
de Michel Schultz. **Distribution :** Warner-Columbia.

DERSOU OUZALA (JAP/SOV-rep))
d'Akira Kurosawa. **Distribution :** Parafrance.

2001, L'ODYSSEE DE L'ESPACE USA-rep)
de Stanley Kubrick. **Distribution :** Cic.

LA FOLLE HISTOIRE DU MONDE /USA-rep)
de Mel Brooks. **Distribution :** Gaumont.

MARATHON KILLER (USA)
de Robert L. Rosen. **Distribution :** Eurodis International.

LE RETOUR DU CHINOIS (BRI)
de James Glickenhauss. **Distribution :** Ugc.

TOUS LES AUTRES S'APPELLENT ALI (RFA-rep)
de Rainer Werner Fassbinder. **Distribution :** MK2.

UN ÉTÉ POURRI (USA)
de Phillip Borsos. **Distribution :** 20th Century Fox.